

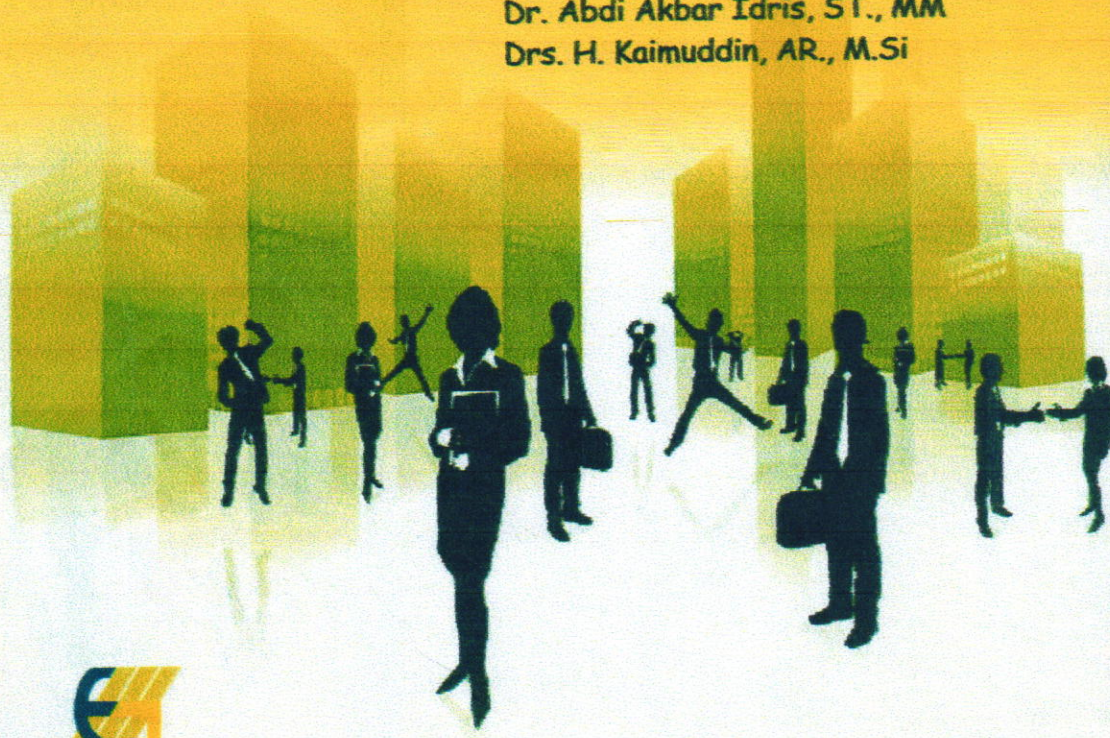
# PENGEMBANGAN MODEL PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN BERBASIS NILAI-NILAI KEPRIBADIAN

Penulis

Dr. Romansyah Sahabuddin, SE., M.Si

Dr. Abdi Akbar Idris, ST., MM

Drs. H. Kaimuddin, AR., M.Si





**PENGEMBANGAN MODEL PELATIHAN  
KEWIRAUSAHAAN BERBASIS  
NILAI-NILAI KEPRIIBADIAN**

**DR. ROMANSYAH SAHABUDDIN, SE., M.Si  
DR. ABDI AKBAR IDRIS, ST., MM  
DRS. H. KAIMUDDIN, AR., M.Si**

Sanksi Pelanggaran Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta, sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang No. 7 Tahun 1987 jo. Undang-Undang No. 12 Tahun 1997, bahwa:

1. Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hak mengumumkan atau menyebarkan suatu ciptaan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (1) atau Pasal 49 ayat (1) dan ayat (2) dengan pidana penjara masing-masing paling lambat 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp.1.000.000,- (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan atau denda paling banyak Rp.5.000.000.000,- (lima miliar rupiah).
2. Barangsiapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran Hak Cipta atau Hak Terkait sebagaimana dimaksud pada ayat (1), dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan atau denda paling banyak Rp.500.000.000,- (lima ratus juta rupiah).



**PENGEMBANGAN MODEL PELATIHAN  
KEWIRAUSAHAAN BERBASIS NILAI-NILAI KEPRIBADIAN**  
Copyright © 2013

Perpustakaan Nasional: Katalog Dalam Terbitan (KDT)

ISBN 978-602-7629-46-2

15,5 x 23 cm

Viii, 205 hlm

Cetakan Pertama, November 2013

**Edukasi Mitra Grafika. 2013**

**Penulis**

Dr. Romansyah Sahabuddin, SE., M.Si

Dr. Abdi Akbar Idris, ST., MM

Drs. H. Kaimuddin, AR., M.Si

**Penata Letak**

Muh. Arsyad

**Desain Cover**

Ridwan Syahrani

**Diterbitkan oleh :** Edukasi Mitra Grafika

**Diterbitkan oleh :** Edukasi Mitra Grafika

Pesona Prima Griya Blok C. No. 2 Antang/Hertasing

Telp. 0821 9183 4748. 0821 8817 7114

**e-mail:** [edukasimitragrafika\\_ikha@yahoo.co.id](mailto:edukasimitragrafika_ikha@yahoo.co.id)

Sulawesi Selatan

Indonesia

**KATA PENGANTAR**

Puji syukur hadirat Allah SWT karena atas perkenan-Nya buku ini dapat selesai dengan judul Pengembangan Model Pelatihan Kewirausahaan Berbasis Nilai-Nilai Kepribadian, suatu pendekatan karakteristik kewirausahaan dan kajian hasil penelitian dengan *structural equation modeling (SEM-Lisrel)*. Buku ini merupakan hasil pengembangan dari penelitian hibah fundamental dengan sumber biaya: DIPA Universitas Negeri Makassar No.: 023.04.2.415222/2013, Tanggal 5 Desember 2012 Sesuai Dengan Surat Keputusan Rektor Universitas Negeri Makassar No.: 1291/UN36/PL/2013 TANGGAL 22 MEI 2013.

Program pengembangan pelatihan berbasis nilai-nilai kepribadian kewirausahaan sangat penting artinya dalam membangun sikap dan perilaku pelaku usaha berskala kecil. Kurangnya internalisasi nilai-nilai kepribadian pada setiap pelaksanaan program pelatihan dan pendidikan di kalangan pelaku usaha berskala kecil berdampak pada kurangnya efek positif terhadap pengembangan karakter kepribadian kewirausahaan dan pengembangan usaha yang dijalankan.

Buku ini diharapkan dapat memberikan informasi dan bahan masukan kepada pihak terkait khususnya para pengajar di lingkungan perguruan tinggi. Bahkan dapat juga bermanfaat bagi pemerintah, terutama dalam melaksanakan program pembinaan dan pelatihan dalam usaha pengembangan nilai-nilai kepribadian yang berorientasi kewirausahaan di kalangan masyarakat pelaku usaha berskala kecil khususnya di kabupaten Takalar.

Dalam kesempatan ini kami mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada pihak yang telah membantu hingga tersusunnya buku ini. Selanjutnya tidak lupa kami ucapkan terima kasih kepada penerbit yang banyak memberikan saran-saran penulisan.

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh isi buku ini dengan cara apapun, termasuk dengan cara penggunaan mesin fotocopy, tanpa seizin sah dari penerbit.

Akhir kata, sumbang saran dan kritik dari pembaca sekalian untuk penyempurnaan buku ini sangat kami harapkan,

Makassar, November 2013  
Penulis,

## DAFTAR ISI

### Halaman

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR	iv
BAB I Sejarah dan Konsep Kewirausahaan	1
1.1 Sejarah Kewirausahaan	1
1.2 Konsep Kewirausahaan	3
1.3 Karakteristik Kewirausahaan	8
1.4 Proses Terbentuknya Kewirausahaan	13
BAB II Orientasi Kewirausahaan, Kreatif dan Inovasi	17
2.1 Orientasi Kewirausahaan	17
2.2 Kreatif dan Peluang Inovasi	24
BAB III Membangun Karakteristik Kewirausahaan	31
3.1 Pengembangan Kewirausahaan	31
3.2 Pengertian Sikap dan Perilaku Kewirausahaan	36
3.2.1 Sikap Kewirausahaan	36
3.2.2 Perilaku Kewirausahaan	40
3.3 Pengembangan Sikap dan Perilaku Kewirausahaan	42
3.4 Mengukur Sikap dan Perilaku Kewirausahaan	46
BAB IV Nilai-Nilai Kepribadian Kewirausahaan	49
4.1 Konsep Kepribadian	49
4.2 Nilai-Nilai Kepribadian Kewirausahaan	51
4.3 Pengembangan Nilai-Nilai Kepribadian Kewirausahaan	53
BAB V Kinerja Wirausahawan	57
5.1 Konsep Kinerja Wirausahawan	57
5.2 Penilaian Kinerja	60



BAB VI	Motivasi Berprestasi ( <i>Achievement Motivation</i> )	65
	6.1 Pengertian Motivasi	65
	6.2 Pengertian Motivasi Berprestasi	68
	6.3 Hubungan Motivasi Berprestasi dengan Perilaku Wirausahawan	72
	6.4 Hubungan Motivasi Berprestasi dengan Komitmen Berwirausaha.	73
	6.5 Hubungan Motivasi Berprestasi dengan Kinerja	74
BAB VII	Efikasi Diri ( <i>Self Efficacy</i> )	79
	7.1 Pengertian Efikasi Diri	79
	7.2 Hubungan antara Efikasi Diri dengan Perilaku Wirausahawan	82
	7.3 Hubungan antara Efikasi Diri dengan Komitmen Berwirausaha	84
	7.4 Hubungan antara Efikasi Diri dengan Kinerja	85
BAB VIII	Komitmen Berwirausaha ( <i>Entrepreneurial Commitment</i> )	87
	8.1 Pengertian Komitmen	87
	8.2 Pengertian Komitmen Berwirausaha	90
	8.3 Hubungan Komitmen Berwirausaha dengan Perilaku Wirausahawan	92
	8.4 Hubungan antara Komitmen Berwirausaha dengan Kinerja	93
BAB IX	Pengembangan Model Pelatihan Kewirausahaan Pada Pelaku Usaha Skala Kecil Di Kabupaten Takalar Provinsi Sulawesi Selatan	97
	A. Kerangka Pengembangan Model Pelatihan Berbasis Nilai-Nilai Kepribadian	98
	1. Pemetaan Masalah	98
	2. Menyusun Strategi Pembelajaran Berbasis Nilai Kepribadian	99

	3. Model Pengembangan Nilai-Nilai Kepribadian dan Tahapan Kegiatan	100
	4. Efektivitas Pelaksanaan Pelatihan	101
B.	Materi Pelatihan	101
	1. Wirausahawan Sukses	101
	2. Nilai-Nilai Kepribadian Kewirausahaan	106
C.	Teknik Analisis Data	114
	1. Konsep Analisis Data	114
	2. Prinsip Umum Analisis Data	116
	3. Analisis Statistik Bivariat dan Multivariat	117
	4. Skala Pengukuran	118
D.	Mengolah Data Ordinal ke Data Interval	120
	1. Penggunaan Metode <i>Successive Interval</i> (MSI)	120
	2. Langkah-Langkah Mengolah Data Ordinal ke Data Interval	121
E.	Uji Validitas dan Reliabilitas	122
	1. Uji Validitas	122
	2. Langkah-Langkah Uji Validitas Instrumen dengan SPSS	123
	3. Uji Reliabilitas	125
	4. Cara Lain Uji Reliabilitas dengan Model <i>Split Half</i>	126
F.	Aplikasi Sem Dengan Lisrel	127
	1. Kasus dan Masalah Penelitian	127
	2. Cara Menjalankan Lisrel	130
	3. Contoh Pengolahan Data Menggunakan Analisis SEM	140
	4. Hasil Pengolahan SEM	164



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
1. Perilaku Perusahaan Berdasarkan Intensitas Orientasi Kewirausahaan	21
2. Notasi Variabel Dalam SEM	128

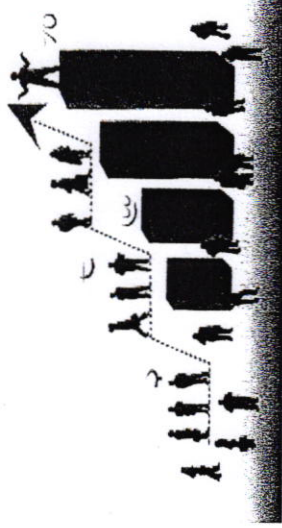


## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Sikap Sebagai Hasil Evaluasi Kognitif, Afektif, dan Perilaku	39
2. Model Pengembangan Nilai-Nilai Kepribadian	100
3. Rencana Pelaksanaan dan Capaian Kegiatan	100
4. Uji Validitas Instrumen dengan SPSS	124
5. Hasil Uji Validitas Instrumen	124
6. Uji Reliabilitas Instrumen	125
7. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	126
8. Model Paradigma Penelitian	127
9. Diagram Jalur <i>Full Model</i>	129
10. Langkah Awal Mengimport Data SPSS dari Program Lisrel	130
11. Membuka Data <i>File</i> SPSS dari Program Lisrel	131
12. Cara mencari data SPSS dari drive komputer	131
13. Tampilan data SPSS yang diimport dari program Lisrel	132
14. Cara mendefinisikan Variabel	132
15. Menentukan Tipe Variabel	133
16. Cara Melanjutkan Proses Mendefinisikan Variabel	133
17. Memilih <i>Output Option</i> Untuk Menentukan Matriks Korelasi	134
18. Pilihan <i>Correlations</i> pada <i>Moment Matriks</i>	134
19. Memberi Nama Data Berekstensi Korelasi	135
20. Cara Mengaktifkan <i>Syntax</i>	135
21. Cara Mengaktifkan SIMPLIS Project	136
22. Memberi Nama dan Menyimpan Data SIMPLIS Project	136
23. Tampilan Ruang Menuliskan <i>Syntax</i>	137
24. Cara menuliskan <i>Syntax</i> berbasis SIMPLIS	138



## BAB I



### SEJARAH DAN KONSEP KEWIRAUSAHAAN

#### 1.1 Sejarah Kewirausahaan

Kegiatan kewirausahaan sudah dimulai sejak zaman Marcopolo yang pada masanya dijelaskan sebagai dua pihak yang melakukan kegiatan usaha dan masing-masing memiliki peran penting, yakni pihak pasif yang bertindak sebagai pemilik atau pemberi modal dan pihak aktif yang bertindak sebagai pedagang. Ciri-ciri kewirausahaan pada masa itu didasarkan pada tingkat pengetahuan dan keberanian pemilik modal memanfaatkan peluang dengan mengelola modalnya. Sementara pihak pedagang memiliki kemampuan dan keberanian melakukan perdagangan yang sarat dengan risiko menembus jalur pelayaran dagang ke Timur Jauh.

Memasuki periode pertengahan peran wirausahawan tidak hanya dilihat dari aspek keberanian menerima risiko, tetapi lebih pada tuntutan kemampuan mengorganisir sumber daya secara tepat dari pihak pemerintah yang kebanyakan dari mereka adalah orang-orang yang bekerja di bidang arsitektur.

Pada abad ke-17 ditandai oleh hadirnya Richard Cantillon seorang ekonom Prancis yang pertama menggunakan istilah *entrepreneur* dan dikenal sebagai tokoh kewirausahaan mengemukakan bahwa wirausahawan adalah orang yang berani



mengambil risiko dengan membeli barang pada tingkat harga tertentu dan menjualnya kembali pada tingkat harga dan waktu yang tidak tentu. Hal tersebut menitikberatkan pada aspek kemampuan kreatifitas dan keberanian menerima risiko dengan cara mengubah dan menambah nilai produk kemudian menjualnya pada tingkat harga dan waktu yang tepat.

Sejalan dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi studi kewirausahaan telah mengalami perkembangan di berbagai bidang ilmu yang berkaitan dengan jiwa, sikap, dan perilaku manusia dalam menghadapi permasalahan yang semakin kompleks. Perkembangan kewirausahaan dalam ilmu ekonomi menitikberatkan pada identifikasi peluang dengan memanfaatkan sumber daya secara efektif dan efisien yang didasarkan pada sikap dan perilaku yang berorientasi pada tindakan untuk mencapai hasil yang optimal. Sementara pada bidang ilmu psikologi menekankan dari segi kepribadian wirausahawan. Selanjutnya dalam bidang ilmu sosiologi menekankan dari segi pengaruhnya terhadap lingkungan sosial dan kebudayaan yang mendasari terbentuknya masyarakat wirausahawan. Walaupun terdapat perbedaan penekanan pada setiap bidang ilmu, namun memiliki keterkaitan satu sama lain. Hingga saat ini studi kewirausahaan masih terus mengalami perkembangan dan belum terdapat satu pengertian yang sama dari para ahli sehingga pandangan dari berbagai bidang terhadap teori kewirausahaan merupakan perspektif teori yang masih mengalami perkembangan.

Beberapa istilah yang sering digunakan dalam menjelaskan kewirausahaan (*entrepreneurship*) di antaranya adalah wirausaha (*entrepreneurial*) dan wirausahawan (*entrepreneurs*). Tidak jarang istilah-istilah tersebut digunakan secara bergantian pada makna yang sama. Kata wirausaha atau wirausahawan dapat dipahami berdasarkan pemakaian dua suku kata, yaitu: *wira* yang bermakna pemberani, semangat, mandiri, dan berbudi luhur, sedangkan kata usaha bermakna bekerja atau berbuat sesuatu yang dapat bermanfaat bagi orang lain. Dengan demikian, kata wirausaha dapat diartikan sebagai

bentuk kegiatan yang bertujuan menghasilkan sesuatu yang bermanfaat bagi orang lain melalui kemampuan kreatifitas dan inovasi serta dilandasi oleh jiwa, semangat, keberanian dan kemandirian. Sedangkan pemakaian kata wirausahawan mengacu pada pendapat Alwi (2003) bahwa: akhiran wan pada kata wirausahawan merupakan sufiks yang diserap dari bahasa sansekerta yang bermakna seseorang laki-laki ataupun perempuan yang ahli dalam suatu bidang tertentu. Dengan demikian kata wirausahawan dapat diartikan sebagai seorang laki-laki maupun perempuan yang memiliki jiwa pemberani, semangat, dan mandiri dalam menjalankan suatu usaha yang bermanfaat bagi dirinya dan orang lain.

## 1.2 Konsep Kewirausahaan

Kewirausahaan dapat diartikan sebagai jiwa, semangat, dan sifat yang melahirkan nilai-nilai kepribadian yang ditunjukkan melalui sikap dan perilaku seseorang yang mengarah pada tindakan untuk menghasilkan sesuatu yang bersifat kebaruan atau berbeda dari yang pernah ada sebelumnya melalui kemampuan kreativitas dan inovasi. Untuk memahami kewirausahaan, ada baiknya memahami nilai-nilai kepribadian kewirausahaan seseorang sebagaimana yang dikemukakan oleh para ahli, diantaranya adalah:

Joseph Schumeter dalam Cuervo (2007:3) menyatakan bahwa wirausahawan adalah orang yang memiliki kemampuan dan keinginan kuat untuk menemukan dan memanfaatkan peluang dengan memperkenalkan berupa barang dan jasa baru, bentuk organisasi, metode baru, dan bahan baku baru. Selanjutnya, Hall (2001:24) mengemukakan bahwa: wirausahawan adalah individu yang memiliki ciri-ciri, yaitu: berani mengambil risiko, kreatif, dan inovator. Kedua pengertian tersebut memiliki kesamaan yang menekankan pada nilai-nilai kepribadian kewirausahaan yang didasarkan pada keinginan berprestasi, keberanian menghadapi risiko, dan kemandirian dalam menghasilkan sesuatu yang baru dan berbeda dari sebelumnya melalui kemampuan kreativitas dan inovasi.



dan menjualnya kembali pada waktu yang tidak tentu. Pendapat tersebut menjelaskan adanya keinginan dan kemampuan memindahkan atau mengkonversikan sumber-sumber daya ekonomis dari tingkat produktivitas rendah ke tingkat produktivitas yang lebih tinggi, yaitu *... dari sumber yang rendah, serta memiliki keberanian untuk menerima risiko kegagalan dan ketidakpastian, baik dalam mewujudkan sesuatu yang baru dan berbeda maupun memanfaatkan peluang pasar pada waktu yang tidak tentu.*

Selanjutnya, Jean Baptista Say (1816) mengemukakan bahwa *... manusia yang memiliki produktivitas yang mampu mempengaruhi orang lain secara bersama-sama membangun organisasi baru yang produktif dengan menyatukan berbagai alat-alat produksi dan menemukan nilai dari produksinya. Dengan demikian kewirausahaan dapat diartikan sebagai suatu sikap dan perilaku kepemimpinan seseorang yang dapat mempengaruhi orang lain untuk bertindak produktif melalui kombinasi sumber-sumber produksi yang ada.*

Frank Knight (1921) mengemukakan bahwa kewirausahaan adalah seseorang yang memiliki kemampuan memprediksi dan memanfaatkan perubahan pasar dengan melaksanakan fungsi-fungsi manajemen, seperti perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan. Dalam hal ini kewirausahaan merupakan kemampuan manajerial seseorang menemukan dan memanfaatkan peluang pasar yang tidak dimiliki oleh pihak lain.

Selanjutnya Joseph Schumpeter (1934), bahwa kewirausahaan adalah seseorang yang mampu menciptakan keseimbangan pasar yang baru melalui kemampuan menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda dari yang pernah ada dan mengambil keuntungan dari perubahan tersebut. Pengertian kewirausahaan menurut Schumpeter menitikberatkan pada kemampuan inovasi seseorang dalam mengimplementasikan perubahan-perubahan di dalam pasar melalui kombinasi-kombinasi baru dengan menghasilkan produk baru dengan

kualitas, metoda produksi, pasar yang berbeda dari sebelumnya, dan memperoleh sumber pasokan baru dari bahan atau komponen yang ada.

Sejalan dengan Islam, Mamum dan Jahiruddin (1999) dalam Nimalathasan (2005) mengidentifikasi beberapa faktor kritis yang dimiliki wirausahawan, seperti pengambilan risiko, fleksibilitas secara terus menerus, motivasi berprestasi, kepercayaan diri, dan pengetahuan manajerial.

Berdasarkan beberapa pendapat yang dikemukakan di atas, faktor kemampuan (*competence*) mendapat perhatian khusus dari para pakar. Seperti halnya yang dikemukakan oleh Harris (2000), bahwa: wirausahawan yang sukses umumnya memiliki kompetensi, yaitu: ilmu pengetahuan, keterampilan, kemauan, dan kualitas individual meliputi sikap, motivasi, nilai-nilai pribadi, dan tingkah laku yang diperlukan dalam menjalankan pekerjaan.

Timmons (1978), mengidentifikasi beberapa ciri wirausahawan, antara lain adalah: 1) kekuatan dan penggerak, 2) percaya diri, 3) keterlibatannya jangka panjang, 4) berani mengambil risiko, 5) berurusan dengan kegagalan, 6) menggunakan umpan balik, 7) memiliki inisiatif dan tanggung jawab pribadi, 8) menggunakan sumberdaya, dan 9) toleransi dengan ketidakpastian. Dengan demikian selain memiliki kemampuan kreatif dan inovasi, seorang wirausahawan perlu memiliki kualitas kepribadian yang dilandasi oleh sikap dan perilaku yang berorientasi kewirausahaan.

Dengan demikian, kewirausahaan merupakan kepribadian wirausahawan yang dibangun melalui jiwa, sikap, dan perilaku yang berorientasi pada penciptaan sesuatu yang baru dan berbeda melalui kemampuan kreatif dan inovatif serta berani menerima tantangan yang penuh risiko. Hal tersebut merupakan modal utama bagi seorang wirausahawan untuk mencapai keberhasilan atau kesuksesan. Sejalan dengan hal tersebut, seorang wirausahawan adalah individu yang berasal dari berbagai kalangan yang memiliki karakteristik kewirausahaan dan kemampuan melihat serta memanfaatkan peluang



usaha dengan cara menghasilkan sesuatu yang berorientasi kebaruan dan berbeda dari yang pernah ada, baik dalam bentuk barang atau jasa melalui kemampuan kreatif, inovasi dan berani menghadapi risiko kegagalan.

Adapun faktor yang mendorong seseorang untuk menjadi wirausahawan dapat disebabkan oleh beberapa hal, diantaranya adalah: menyadari adanya potensi yang dimiliki, mengalami kejadian atau peristiwa yang pahit, dan adanya desakan atau tuntutan hidup. Berikut beberapa pendapat para pakar tentang faktor-faktor yang mendorong seseorang menjadi wirausahawan:

Dunn dan Holtz-Eakin (2000) menyatakan bahwa kecenderungan seseorang untuk menjadi wirausahawan didorong oleh modal yang dimiliki, seperti kekayaan, pendidikan, dan demografi meliputi: umur, dan status perkawinan. Dengan demikian kesadaran akan adanya potensi yang dimiliki seseorang dapat mendorong untuk menjadi seorang wirausahawan. Selanjutnya Brian Wu (2006:13) mengemukakan beberapa faktor yang dapat memicu kewirausahaan seseorang seperti: perceraian, dan pemutusan hubungan kerja. Tidak hanya kejadian pahit saja yang menjadi alasan seseorang terlibat dalam wirausaha, tetapi juga adanya desakan pekerjaan yang harus diselesaikan, seperti yang dikemukakan oleh Stuart dan Sorenson (2003) bahwa: memperoleh pekerjaan atau pesanan dari sebuah perusahaan dapat mendorong seseorang menjadi wirausahawan.

Menjadi seorang wirausahawan dapat disebabkan oleh adanya keinginan untuk mengubah jalan hidup ke arah yang lebih baik dari sebelumnya dengan memanfaatkan sumber daya yang ada. Selain itu alasan lainnya dapat juga berasal dari lingkup yang lebih luas, seperti yang dikemukakan oleh Blau (1987) dalam Brian Wu (2006:18) bahwa: alasan seseorang ingin menjadi wirausahawan disebabkan oleh faktor-faktor ekonomi, seperti: tingkat pajak, tingkat pengangguran, dan tingkat teknologi. Sedangkan dari faktor individu, keinginan untuk menjadi wirausahawan karena beberapa alasan, antara lain: adanya potensi yang dimiliki, kejadian atau peristiwa yang dialami,

dan tuntutan hidup yang mengarahkan perilakunya untuk melakukan tindakan-tindakan yang dapat mengatasi permasalahan yang dihadapi.

Sejalan dengan hal tersebut di atas berikut beberapa pendapat tentang kewirausahaan diantaranya Harvey Leibenstein (1968) mengemukakan bahwa kewirausahaan sebagai kegiatan yang menciptakan sesuatu yang baru, dimana pasar belum terbentuk atau belum teridentifikasi dengan jelas dan komponen fungsi produksinya belum diketahui sepenuhnya.

Israel Kirzner (1979) mengemukakan bahwa kewirausahaan adalah kemampuan menemukan dan memanfaatkan peluang pasar. Dengan demikian wirausahawan adalah orang yang memiliki kemampuan menemukan dan memanfaatkan peluang yang tidak dimiliki oleh pihak lain dengan menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda dari sebelumnya.

Sementara Raymond W.Y. Kao (1995) mengemukakan bahwa kewirausahaan berkaitan dengan kemampuan seseorang menciptakan dan merancang suatu gagasan menjadi realita. Dengan demikian seorang wirausahawan selain memiliki kemampuan kreatif, juga memiliki kemampuan inovasi.

Dengan demikian kewirausahaan (*entrepreneurship*) dapat diartikan sebagai nilai-nilai kepribadian seseorang yang didasarkan pada sikap, perilaku, jiwa dan semangat dalam menjalankan suatu usaha untuk menghasilkan sesuatu yang baru (*newness*) atau berbeda dari yang pernah ada melalui kemampuan kreativitas dan inovasi serta keberanian menghadapi risiko kegagalan dalam kondisi yang tidak menentu.

Adapun istilah wirausaha (*entrepreneurial*) diartikan sebagai suatu kegiatan yang berhubungan dengan menciptakan sesuatu yang baru, berbeda dan lebih baik dari sebelumnya melalui kemampuan kreativitas dan inovasi. Selanjutnya, istilah wirausahawan (*entrepreneur*) merupakan pelaku usaha yang memiliki sikap dan perilaku yang didasarkan pada nilai-nilai kepribadian kewirausahaan.



Istilah *kebaruan (newness)* dalam konsep kewirausahaan merupakan hasil dari kemampuan kreativitas yang diimplementasikan dalam bentuk yang baru, baik dalam bentuk barang, jasa, metode, sistem, dan kebijakan baru yang memiliki nilai tambah. Kebaruan terkait dengan dimensi ruang dan waktu. Dalam kaitannya dengan dimensi ruang dapat dipandang sebagai sesuatu yang baru di suatu tempat, namun tidak di tempat lain. Sedangkan dimensi waktu adalah sesuatu yang dianggap baru di saat sekarang namun sudah pernah ada di masa lalu. Adapun yang dimaksud dengan sesuatu yang berbeda dari yang pernah ada disebut inovasi yang merupakan implementasi dari hasil kreativitas, baik dalam bentuk barang, jasa, metode, sistem, dan kebijakan yang berbeda dari sebelumnya serta memiliki nilai tambah. Istilah inovasi pertama kali diperkenalkan oleh Schumpeter pada tahun 1934 yang memandang inovasi sebagai hasil kreasi yang diimplementasikan dalam bentuk inovasi berupa barang, jasa, metode, sistem, pasar, dan kebijakan baru yang berbeda dari sebelumnya.

### 1.3 Karakteristik Kewirausahaan

Beberapa karakteristik kewirausahaan yang dikemukakan oleh para ahli berbeda-beda, namun demikian terdapat beberapa karakteristik yang sama dan selalu disebutkan untuk menggambarkan seorang wirausahawan, yaitu: kemampuan kreativitas, inovasi dan keberanian menanggung risiko. Ketiga karakteristik tersebut dikaitkan dengan beberapa karakteristik lainnya, yaitu: semangat dan jiwa kewirausahaan, tidak cepat puas dengan apa yang telah dicapainya, dan terampil memanfaatkan peluang dalam mengembangkan usahanya dengan tujuan untuk meningkatkan taraf hidupnya.

Scarborough dan Zimmerer (1993:5), menggambarkan sosok seorang wirausahawan, sebagai orang-orang yang memiliki kemampuan menemukan dan menilai peluang bisnis yang tidak dimiliki oleh pihak lain dan memiliki keinginan kuat untuk berupaya mengimplementasikannya melalui sumber-sumber daya yang dibutuhkan dan selanjutnya mengambil tindakan yang tepat, untuk mengambil keuntungan. Selain itu, seorang wirausahawan

digambarkan sebagai sosok yang memiliki sifat, watak dan kemauan untuk mewujudkan gagasan, ide, metode-metode baru melalui kemampuan kreativitas dan inovatif ke dalam dunia nyata dalam rangka meningkatkan kemaslahatan masyarakat. Pada intinya, seorang wirausahawan adalah orang-orang yang senantiasa mengaplikasikan nilai-nilai kebaruan dan berbeda dari yang pernah ada serta bermanfaat bagi dirinya dan lingkungannya melalui kemampuan kreativitas dan inovatif.

Tidak jarang istilah wirausahawan diidentikkan dengan usaha skala kecil dan menengah (Gibb, 1966). Para ahli ada yang lebih menekankan kewirausahaan pada peran pengusaha kecil dan menengah, namun sebenarnya karakter kewirausahaan juga dimiliki oleh orang-orang yang berprofesi selain pelaku usaha kecil atau menengah. Karakteristik kewirausahaan telah mengalami perkembangan dan istilah wirausahawan dikaitkan dengan lingkup yang lebih luas menyentuh semua aspek yang berkaitan dengan pengembangan kreativitas dan inovasi, kemandirian dan tanggung jawab seseorang dalam menjalankan tugas baik dalam lingkup swasta maupun pemerintahan. Kewirausahaan ada pada setiap orang yang cenderung menyukai perubahan, pembaharuan, kemajuan dan tantangan, apa pun profesinya.

Wirausahawan adalah mereka yang memiliki semangat untuk melakukan upaya-upaya kreatif dan inovatif dengan jalan mengembangkan ide, gagasan ataupun metode baru ataupun berbeda dari sebelumnya dengan memanfaatkan secara optimal sumber daya yang ada (Prawirokusumo, 1997). Lebih lanjut Suryana (2006) bahwa: kewirausahaan berkaitan dengan tindakan-tindakan yang berorientasi pada pencapaian tujuan dan hasil dengan menciptakan nilai tambah untuk menemukan peluang usaha. Sementara Zimmerer (dalam Suharyadi, 2010) mengemukakan beberapa cara untuk menciptakan nilai tambah, yaitu: 1) mengembangkan teknologi baru (*developing new technology*), 2) menemukan pengetahuan baru (*discovering new knowledge*), 3) mengembangkan produk (barang dan jasa) yang sudah



ada (*improving existing products or services*), 4) menemukan metode baru dan berbeda dari sebelumnya untuk menghasilkan barang dan jasa yang lebih banyak dengan sumber daya yang lebih sedikit (*finding different ways of providing more goods and services with fewer resources*).

Berkaitan dengan pendapat di atas, beberapa ahli mengemukakan pandangannya tentang karakteristik kewirausahaan, antara lain adalah :

Brockhaus and Horwitz's (1986). Karakteristik kewirausahaan ditentukan oleh beberapa indikator penting, antara lain adalah: memiliki locus kontrol (pusat kendali), keberanian mengambil risiko *kegagalan, dan motivasi berprestasi.*

McClelland (1992). Karakteristik kewirausahaan yang dimiliki oleh wirausahawan sukses didasarkan pada keinginan untuk mencapai prestasi, kebutuhan untuk otonomi, keunggulan, ketangguhan dan ketekunan. Hasil penelitian McClelland menemukan bahwa perilaku seseorang yang memiliki keinginan untuk mencapai prestasi (*achievement motivation*) berkorelasi kuat dengan kesuksesan wirausahawan. Dijelaskan pula bahwa kebutuhan berprestasi yang kuat dicirikan dengan perilaku seseorang yang cenderung mencari solusi permasalahan, menetapkan tujuan yang moderat, berani menghadapi risiko, dan membutuhkan umpan balik untuk mencapai kinerja.

David A. Kirby (2004). Karakteristik kewirausahaan meliputi kemampuan menangani risiko, memiliki motivasi berprestasi yang tinggi, memiliki pusat kendali internal maupun eksternal yang kuat, menginginkan kebebasan dan mandiri, memiliki perilaku yang menyimpan berkaitan dengan kehidupan masalah lalu, kreativitas dan oportunis, dan menggunakan intuisi sebagai generator ide atau gagasan.

Davidsson (1989); Boydston *et al.* (2000); Beverland and Lockshin (2001). Karakteristik kewirausahaan mencakup: atribut individu, mengambil risiko, kebutuhan berprestasi, letak kendali,

percaya diri dan optimis, motivasi keuntungan, kreatif, faktor-faktor motivasi lainnya, dan nilai-nilai kepribadian.

Cromie (2000). Karakteristik kewirausahaan dikaitkan dengan adanya locus kontrol internal, kecenderungan pengambilan risiko moderat, toleransi terhadap ambiguitas, inovasi, dan kepercayaan diri.

Berbagai karakteristik kewirausahaan yang disebut di atas berbeda-beda, namun terdapat beberapa karakteristik yang umum digunakan, yaitu: kemampuan kreativitas, inovasi, kemandirian, motivasi berprestasi,, dan keberanian menerima risiko. Selanjutnya Suharyadi *et. al.* (2010) mengutip enam hakikat kewirausahaan yang dikemukakan oleh para ahli, yaitu:

- 1) Kewirausahaan adalah suatu nilai yang diwujudkan dalam perilaku yang dijadikan sumber daya, tenaga penggerak, tujuan, siasat, kiat, proses, dan hasil bisnis (Ahmad Sanusi, 1994)
  - 2) Kewirausahaan adalah suatu nilai yang dibutuhkan untuk memulai sebuah usaha dan mengembangkan usaha (Soeharto Prawiro, 1997)
  - 3) Kewirausahaan adalah suatu proses dalam mengerjakan sesuatu yang baru (kreatif) dan berbeda (inovatif) yang bermanfaat dalam memberikan nilai lebih.
  - 4) Kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (Drucker, 1959)
  - 5) Kewirausahaan adalah suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan usaha (Zimmerer, 1993)
  - 6) Kewirausahaan adalah usaha menciptakan nilai tambah dengan jalan mengkombinasikan sumber-sumber melalui cara-cara baru dan berbeda untuk memenangkan persaingan.
- Pendapat di atas menjelaskan bahwa kewirausahaan berkaitan dengan nilai-nilai yang membentuk karakter dan perilaku seseorang yang selalu kreatif berdaya, bercipta, berkarya dan bersahaja serta



berusaha dalam rangka meningkatkan pendapatan dalam kegiatan usahanya. Sejalan dengan hal tersebut, pengembangan sumber daya manusia tidak hanya dituntut pada pengembangan kemampuan dan keterampilan saja, tetapi diharapkan mampu membangun karakter kewirausahaan melalui pengembangan nilai-nilai kepribadian. Dengan demikian, hasil yang dicapai tidak hanya berorientasi pada pencapaian kuantitas dan kualitas pekerjaan, tetapi pada aspek *sustainable* untuk jangka waktu panjang.

Beberapa pengertian tentang karakteristik kewirausahaan yang di kemukakan oleh para ahli, dapat dibedakan ke dalam tiga faktor. Robinson *et. al.* (1991), dan Green *et. al.* (1996), mengemukakan ketiga faktor tersebut, yaitu: faktor sosial, lingkungan dan faktor individu. Selanjutnya, Gibb (1996) mengemukakan bahwa karakteristik kewirausahaan berdasarkan faktor sosial, meliputi antara lain, latar belakang pribadi, latar belakang keluarga, tahap karir, pengalaman hidup dan lingkungan pertumbuhan. Sementara Alstete (2002) mengemukakan bahwa model faktor lingkungan, meliputi, faktor-faktor kontekstual, seperti: nilai kekayaan, pajak, pengurangan dan manfaat tidak langsung, waktu peluang dalam proses karir, dampak dari kondisi pasar. Selain itu Green *et. al.* (1996) menambahkan faktor lain, yaitu: pergolakan sosial, sosial budaya dan ekonomi yang mendukung. Adapun karakteristik kewirausahaan berdasarkan faktor individu, menurut Koh (1996) merupakan suatu model sifat yang fokus pada karakteristik kepribadian pengusaha. Model ini bertumpu pada asumsi bahwa pengusaha memiliki karakteristik unik tertentu, sikap dan nilai-nilai yang memberikan dorongan bagi mereka dan yang membedakan mereka dari orang lain (Thomas dan Mueller, 2000; Koh, 1996). Adapun Bygrave dan Hofer (1991); serta Littunen (2000) menggunakan pendekatan model sifat berkaitan dengan siapa dan mengapa mereka menjadi wirausahawan.

Model sifat telah menjadi elemen penting dari penelitian tentang kewirausahaan. Berbagai studi penelitian telah menganalisis ciri-ciri tertentu dari kepribadian sebagai karakteristik kewirausahaan.

Misalnya, dalam penelitian Entrialgo (2000) mengemukakan bahwa karakteristik kewirausahaan merupakan sifat individu, terdiri dari: lokus kontrol, kebutuhan untuk berprestasi dan toleransi terhadap ambiguitas yang merupakan penentu kecenderungan kewirausahaan.

Hasil penelitian Romansyah (2011) menemukan bahwa nilai-nilai kepribadian kewirausahaan meliputi motivasi berprestasi, efikasi diri, dan komitmen berwirausaha memiliki pengaruh kuat terhadap kinerja wirausahawan dengan mengambil subjek penelitian wirausahawan rumput laut skala kecil di Provinsi Sulawesi Selatan. Lebih lanjut hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa internalisasi nilai-nilai kepribadian kewirausahaan penting bagi kesuksesan seorang wirausahawan.

#### 1.4. Proses Terbentuknya Kewirausahaan

Setiap orang memiliki ide untuk berkreasi, namun hanya sedikit orang yang tertarik untuk mengaplikasikan ide atau gagasan yang kreatif untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda melalui kemampuan inovatif. Menghasilkan sesuatu yang baru dan berbeda dari sebelumnya merupakan salah satu modal utama bagi seorang wirausahawan untuk mencapai kesuksesan.

Beberapa teori yang menjelaskan fenomena kewirausahaan sebagaimana yang dikutip Casson (2010:201), di antaranya adalah:

Neoklasik yang menekankan pada budaya individualis, di mana setiap individu menangani material atau sumber daya secara sendiri-sendiri. Dengan demikian, pendekatan neoklasik menjelaskan isu mengenai kewirausahaan dalam hal kemandirian.

Schumpeter's *Entrepreneur*. Kajian Schumpeter lebih menekankan pada inovasi dalam melakukan kombinasi sumber daya, dimana individu dapat melakukan eksploitasi sumber daya melalui ide-ide baru.

*The Austrian School and Arbitrage*. Kajian *the Austrian School* dapat dijelaskan dengan pendekatan Austria Friedrich A. Von Hayek (1937) dan Israel M. Kirzner (1979), bahwa wirausahawan sebagai agen yang menawarkan harga tertentu sebagai upaya



menciptakan pasar dan mengharapkan keuntungan melalui proses perubahan secara terus menerus.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas, proses terbentuknya kewirausahaan berkaitan erat dengan kepribadian wirausahawan dalam hal kemandirian, kemampuan inovasi, dan kemampuan menemukan dan memanfaatkan peluang melalui ide-ide atau gagasan baru yang lebih baik dari sebelumnya. Adapun istilah kemandirian dapat diartikan sebagai seseorang yang dapat melakukan usaha atau kegiatan dengan memanfaatkan sumber daya berupa tenaga kerja, material, dan aset lainnya pada suatu kombinasi untuk menghasilkan sesuatu yang baru dan berbeda dari sebelumnya, baik dalam bentuk barang, jasa, metode, maupun kebijakan baru.

Adapun proses terbentuknya kewirausahaan dapat dijelaskan dengan menggunakan pendekatan teori kewirausahaan dari perspektif individu. Beberapa teori yang berhubungan dengan karakteristik individu, diantaranya adalah: *life path change* (Shapiro dan Sokol, 1982), *goal directed behavior* (Wolman: 1973), dan teori *outcome expectancy* (Bandura: 1986).

#### a. Teori Life Path Change.

Tumbuhnya wirausahawan telah menarik perhatian para pakar untuk meneliti proses terbentuknya wirausahawan, di antaranya Shapiro dan Sokol (1982) dalam Sundjaja (1990) mengemukakan bahwa: tidak semua wirausaha lahir dan berkembang melalui proses yang sistematis dan terencana. Hal tersebut disebabkan oleh beberapa hal, antara lain:

##### 1) Negative displacement

Menjadi wirausahawan merupakan pilihan yang tepat bagi individu yang mengalami permasalahan seperti: pemutusan hubungan kerja, mengalami tekanan atau beban kerja di tempat kerja, dipindahkan dari daerah asal, atau memasuki masa pensiun. Untuk menjaga kelangsungan hidupnya, seseorang terdorong untuk menjadi wirausahawan yang bebas beraktivitas untuk kelancaran usahanya dengan membangun usaha sendiri dan menjadikan dirinya sebagai

pemilik dan juga sebagai pelaku usaha. Umumnya wirausahawan mengharapkan *Reward* berupa kebebasan dan kemandirian dalam mengimplementasikan kemampuan keaktifitas dalam bentuk hasil karya inovasi. Berkaitan dengan itu, seorang wirausahawan mengambil keputusan untuk keluar dari suatu pekerjaan dan berusaha membangun suatu usaha sendiri.

#### 2) Being between things

Seseorang yang baru keluar dari suatu pekerjaan yang menuntut tingkat kedisiplinan tinggi, ketika merasakan kebebasan dalam suasana baru mendorongnya untuk menjadi wirausahawan dengan menjalankan bisnis agar dapat menunjang kehidupannya.

#### 3) Having positive pull

Mendapatkan peluang usaha dapat mendorong seseorang menjadi wirausahawan. Peluang usaha dapat diperoleh melalui kemampuan menciptakan ide-ide atau gagasan baru ataupun bantuan dari pihak lain yang memberikan dukungan dalam mendirikan usaha dan menjadi mitra usaha.

#### b. Teori Goal Directed Behavior

Keinginan seseorang menjadi wirausahawan didorong oleh adanya tujuan yang ingin dicapai. Menurut Wolman (dalam Lasco, 1991) bahwa seseorang menjadi wirausahawan karena termotivasi untuk mencapai tujuan tertentu. Keinginan seseorang untuk mencapai tujuan didasarkan pada kebutuhan untuk memperoleh hasil yang lebih baik dari sebelumnya dengan jalan mengurangi kesalahan-kesalahan di masa lalu pada tingkat toleransi tertentu.

#### c. Teori Outcome Expectancy

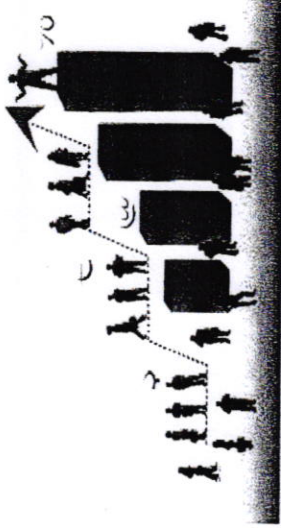
Teori ini menjelaskan bahwa harapan seseorang untuk menjadi wirausahawan didasarkan pada tingkat efikasi diri, bahwa motivasi seseorang untuk mencapai hasil didasarkan oleh harapan dan keyakinan diri yang mempengaruhi perilakunya untuk melakukan tindakan-tindakan tertentu. Teori *outcome expectancy* dari Bandura (1986) menjelaskan tentang keyakinan seseorang terhadap



konsekuensi yang akan diterima muncul dalam dirinya setelah melakukan suatu tindakan tertentu.

Bandura menjelaskan bahwa keyakinan diri (*self efficacy*) individu dapat bersumber dari pengalaman berprestasi, dan kebiasaan atau rutinitas yang membentuk kemampuan atau keterampilan dalam melakukan sesuatu. Dengan berdasar pada pendapat Bandura tersebut, maka untuk memiliki efikasi diri diperlukan pengalaman, pengamatan, dan latihan. Dengan pengalaman, pengamatan dan latihan memungkinkan seseorang memiliki keyakinan diri untuk melakukan sesuatu dengan baik dan sukses.

## BAB II



# ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN KREATIF DAN INOVASI

## 2.1 Orientasi Kewirausahaan

Kewirausahaan merupakan suatu disiplin ilmu yang menjelaskan sikap dan perilaku seseorang yang berorientasi pada tindakan untuk mencapai prestasi melalui penciptaan sesuatu yang baru dan berbeda yang memiliki nilai tambah serta manfaat yang besar. Kewirausahaan tidak selalu berkaitan dengan dunia usaha, tetapi juga dunia pendidikan, kesehatan, psikologi, sosiologi, dan industri. Pada intinya kewirausahaan berkaitan dengan sikap, perilaku, jiwa, dan semangat yang berorientasi pada penciptaan barang atau jasa yang bersifat kebaruan serta berbeda dari yang pernah ada dan memiliki nilai tambah melalui kombinasi sumber daya yang mengandalkan kemampuan kreativitas dan inovasi yang diwujudkan dalam bentuk produk maupun jasa.

Hingga saat ini masih terdapat perbedaan pendapat di kalangan para ahli mengenai definisi kewirausahaan. Pendapat Drucker (1959), bahwa: walaupun masih terdapat perbedaan terminologi kewirausahaan di kalangan para ahli, namun memiliki kesamaan tentang kewirausahaan berkaitan dengan sikap, perilaku, serta nilai-nilai kepribadian yang berorientasi kewirausahaan.



Konsep orientasi kewirausahaan telah banyak digunakan dalam beberapa kajian yang berkaitan dengan pencapaian kinerja usaha maupun kinerja wirausahawan. Miller (1983) mengemukakan bahwa orientasi kewirausahaan (*entrepreneurial orientation*) adalah untuk mengukur sejauh mana wirausahawan memanfaatkan kemampuan inovatif, proaktif, dan keberanian menghadapi risiko dalam pengambilan keputusan yang strategis. Pendapat tersebut menekankan pada sikap dan perilaku seorang wirausahawan yang mengarah pada tindakan untuk mencapai keunggulan dengan menghasilkan produk atau jasa yang unik atau bersifat kebaruan melalui kemampuan inovasi, proaktif, keberanian menghadapi risiko, dan menentukan keputusan yang strategis.

Selain itu Walter, Auer, & Ritter (2006), Lumpkin & Dess (1996) mengemukakan bahwa inovasi mencerminkan kecenderungan untuk menemukan ide-ide baru atau berbeda dari sebelumnya, melakukan eksperimen, hingga mengimplementasikan melalui praktek dan teknologi.

Selanjutnya, Lumpkin & Dess (1996) menjelaskan bahwa proaktif mengacu pada postur organisasi yang mengantisipasi masa depan dan bertindak atas keinginan dan kebutuhan pasar. Sehingga berbeda dengan organisasi yang bertindak reaktif yang didasarkan pada tindakan yang spontan tanpa melalui perencanaan tujuan. Selain proaktif, seorang wirausahawan memiliki kecenderungan untuk bersedia menerima risiko kegagalan dari keputusan yang ditetapkan. Miller & Friesen, 1982) mengemukakan bahwa pengambilan risiko dikaitkan dengan kesediaan untuk memanfaatkan sumber daya ke proyek-proyek dengan tingkat hasil yang tidak jelas serta berpeluang besar terjadinya kegagalan.

Hasil penelitian yang mengkaji hubungan antara orientasi kewirausahaan dan kinerja, Wiklund (1999), Zahra (1991), Zahra & Covin (1995) yang dikutip Parkman (2009) menemukan bahwa perusahaan dengan orientasi kewirausahaan yang tinggi, dapat melakukan yang lebih baik untuk mencapai kinerja. Secara khusus

meta analisis yang dilakukan oleh Rauch *et. al.* (2004) menyimpulkan bahwa hubungan orientasi kewirausahaan dan kinerja usaha cukup kuat. Sementara para peneliti lain seperti Smart dan Conant (1994) tidak dapat menemukan hubungan yang signifikan antara orientasi kewirausahaan dan kinerja perusahaan. Demikian halnya Hart (1992) berpendapat bahwa di bawah kondisi tertentu orientasi kewirausahaan (EO) bahkan dapat menyebabkan kinerja yang buruk. Di lain sisi Lumpkin dan Dess (1996) berpendapat bahwa hubungan EO dan kinerja ditentukan oleh beberapa karakteristik lingkungan eksternal serta internal organisasi. Hal itu sejalan dengan Green, Covin & Slevin (2008) telah mengidentifikasi berbagai faktor yang berpotensi berpengaruh dalam hubungan orientasi kewirausahaan dengan kinerja, antaranya adalah: rasionalitas, formalisasi, politisasi, desentralisasi komunikasi, siklus hidup industri, keragaman budaya dari tim manajemen, proses pertukaran sosial, keadilan, kepercayaan, dan komitmen organisasi. Dengan demikian, dapat dijelaskan bahwa orientasi kewirausahaan bukan menjadi satu-satunya faktor penentu keberhasilan seorang wirausahawan, tetapi juga ditentukan oleh faktor eksternal dan internal organisasi.

Dalam konteks industri kreatif, beberapa penulis seperti, Dowd (2006); Schilling (2006); Huygens, Baden-Fuller, Van Den Bosch, & Wolverda (2001) menjelaskan bahwa kompetensi kreatif meliputi: modal manusia, intelektual, dan modal hubungan sangat penting untuk keberhasilan perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa lingkungan organisasi yang mendukung kompetensi kreatif (seperti kreativitas, inovasi, keterampilan artistik, dan eksperimen) bisa menjadi mediator penting dari hubungan orientasi kewirausahaan dengan kinerja dalam industri kreatif, meskipun tidak ada penelitian empiris yang mengkaji pengaruh dalam konteks tersebut. Pandangan para ahli berkaitan dengan orientasi kewirausahaan, di antaranya dikemukakan oleh:

McClelland (1992) yang menjelaskan bahwa orientasi kewirausahaan berkaitan dengan kecenderungan seseorang untuk mencapai prestasi, dengan mengidentifikasi beberapa ciri, yaitu:



kebutuhan yang tinggi untuk prestasi, memiliki kepercayaan diri yang kuat, memiliki independen pemecahan masalah keterampilan, preferensi untuk suasana risiko moderat, aktif mencari umpan balik, dan memiliki tanggung jawab.

Drucker (1985) mendefinisikan orientasi kewirausahaan sebagai inovasi dan perubahan dengan menggunakan beberapa asumsi, yaitu: risiko, inovator, pialang, organizer, kepemimpinan, kewaspadaan terhadap peluang pasar, dan spekulasi yang melekat pada diri seseorang wirausahawan (Kirzner, 1983).

Gartner (1990) mengidentifikasi delapan tema terkandung dalam makna orientasi kewirausahaan, yaitu: inovasi, penciptaan organisasi, menciptakan nilai, laba atau nirlaba, pertumbuhan, keunikan, dan kepemilikan.

Morris, Lewis, dan Sexton (1994) menggunakan pendekatan serupa mengenai orientasi kewirausahaan, yaitu: membentuk bisnis baru, inovasi, mengejar peluang, mengejar keuntungan, menciptakan metode baru, menciptakan nilai tambah dengan mengkoordinasi sumber daya, dan penciptaan nilai yang berbeda dari sebelumnya

Shane & Venkataraman, 2000; Venkataraman, 1997 mendefinisikan orientasi kewirausahaan sebagai suatu kegiatan yang melibatkan penemuan, evaluasi, dan eksploitasi peluang untuk memperkenalkan barang dan jasa baru, cara pengorganisasian, pasar, proses, dan bahan baku melalui metode pengorganisasian yang sebelumnya tidak ada.

Bygrave (2004) menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan sebagai upaya untuk mengejar keuntungan melalui peluang dan penciptaan organisasi dengan melibatkan semua fungsi, kegiatan, dan melakukan tindakan.

Ronstadt (1984) memberikan gambaran tentang orientasi kewirausahaan sebagai sebuah proses dinamis untuk menciptakan kekayaan tambahan dengan mengerahkan kemampuan kreativitas dan inovasi.

Churchill (1992) memberikan definisi yang sama, orientasi kewirausahaan sebagai proses menemukan dan mengembangkan peluang untuk menciptakan nilai melalui inovasi dan merebut peluang dari pesaing yang ada.

Beberapa pendapat yang dikemukakan di atas menjelaskan bahwa orientasi kewirausahaan merupakan proses yang berlangsung dalam diri seseorang untuk mewujudkan nilai-nilai kreativitas ke dalam sesuatu yang memiliki nilai tambah dan bersifat kebaruan atau berbeda dari sesuatu yang pernah ada melalui kemampuan inovasi, keberanian mengambil risiko, proaktif, autonomi, bersaing agresif yang ditunjukkan melalui intensitas perilaku yang mengarah pada upaya untuk merebut peluang dari pesaingnya.

Intensitas perilaku terbagi atas intensitas rendah dan intensitas tinggi, sebagaimana yang ditunjukkan oleh Gawel (2012) yang menjelaskan perilaku perusahaan yang didasarkan pada tingkat intensitas kewirausahaan dengan melibatkan beberapa dimensi orientasi kewirausahaan seperti yang terlihat pada tabel berikut.

**Tabel 1. Perilaku Perusahaan Berdasarkan Intensitas Orientasi Kewirausahaan**

Orientasi Kewirausahaan	Perilaku Dengan Intensitas Rendah	Perilaku dengan Intensitas Tinggi
Inovasi	Meniru Inovasi	Memperkenalkan Inovasi baru dan berbeda
Mengambil risiko	Enggan menerima risiko	Berani menerima risiko
Proaktif	Berorientasi masa kini dan masa lalu	Berorientasi masa depan
Autonomy	Bertindak atas dasar pengaruh dari Luar	Bertindak atas dasar keputusan yang Strategis
Persaingan agresif	Mengikuti pesaing	Menghadapi pesaing

Sumber: Aleksander Gawel (2010:8)



Orientasi kewirausahaan merupakan bagian dari budaya organisasi perusahaan yang mengacu pada beberapa unsur penting, yaitu: kemampuan inovasi, keberanian mengambil risiko, otonomi, bersaing secara agresif dan proaktif. Selanjutnya Bratnicki 2008; Covin, Green & Slevin 2006; Baker & Sinkula 2009; Frishammar dan Horte 2007 (dalam Gawel, 2011) berpendapat bahwa orientasi kewirausahaan cenderung menggunakan tiga dimensi, yaitu: inovasi, proaktif dan pengambilan risiko. Sementara Stewart *et al.* (2003) mengemukakan bahwa: inovasi, kebutuhan untuk berprestasi, kecenderungan mengambil risiko merupakan penentu untuk membedakan pengusaha sebagai manajer perusahaan dan wirausahawan sebagai pemilik usaha kecil. Dalam penelitiannya terdapat enam karakteristik kepribadian wirausahawan yang digunakan untuk mendefinisikan profil kewirausahaan berdasarkan pendekatan sifat, yaitu: kebutuhan akan prestasi, locus kontrol, berani mengambil risiko, toleransi terhadap ambiguitas, inovasi dan keyakinan diri (*self efficacy*). Karakteristik tersebut seringkali digunakan dalam literatur-literatur kewirausahaan dan sering dikutip dalam studi yang berbeda untuk menjelaskan karakteristik kewirausahaan.

Berbagai literatur yang menjelaskan mengenai konsep orientasi kewirausahaan pada dasarnya mengacu pada sebuah proses atau praktek yang menekankan pada prinsip-prinsip kewirausahaan untuk membangun kinerja dan merupakan suatu faktor penting yang perlu dimiliki oleh seorang wirausahawan. Sikap dan perilaku yang berorientasi kewirausahaan merupakan salah satu alasan yang membedakan seorang wirausahawan dengan seorang manajer.

Steven, Roberts, dan Grousbek (1985) mengemukakan bahwa orientasi kewirausahaan merupakan konsep multidimensional yang berlaku bagi organisasi-organisasi maupun individu yang didasarkan pada sejauhmana sikap dan perilaku seorang wirausahawan cenderung mengambil risiko dan mendukung perubahan serta inovasi dalam rangka untuk memperoleh keuntungan.

Olson (200:5) mengemukakan bahwa yang paling mendasar bagi seorang wirausahawan dalam kaitannya dengan usaha kecil adalah perilaku yang dapat diwujudkan dalam dua hal, yaitu: pada sisi efektivitas wirausahawan dalam mengelola usahanya, dan dari sisi perencanaan usaha yang didasarkan pada respon wirausahawan terhadap stimulus untuk bersikap memanfaatkan peluang pasar yang ada. Suatu bagian penting dari manajemen yang efektif adalah kemampuan untuk mentolerir ambiguitas yang didefinisikan sebagai kecenderungan untuk melihat situasi sebagai ambigu yang diinginkan (Budner, 1962:29). Kemampuan untuk mengatasi dan menangani kemungkinan ambiguitas, berhubungan erat dengan inovasi dan perilaku wirausahawan memilih jenis risiko yang dapat diperhitungkan (Lumpkin dan DESS, 1996).

Dikaitkan dengan kemampuan kreativitas dan inovasi, Brown *et. al.*, (2001) mengemukakan bahwa orientasi kewirausahaan mencakup kemampuan untuk menggabungkan ide-ide, sumber daya, dan kesempatan ke dalam kegiatan komersial untuk menghasilkan produk dan jasa baru yang memiliki manfaat berbeda dari yang pernah ada. Sementara McClelland (1992) dalam Mukherjee (2009:86) mengemukakan bahwa salah satu komponen penting dari kesuksesan adalah kebutuhan untuk berprestasi yang menggerakkan (*drive*) seseorang untuk menyelesaikan tugas yang sulit dan mencapai kesuksesan.

Dengan demikian, orientasi kewirausahaan merupakan pandangan wirausahawan terhadap suatu usaha atau aktivitas dengan didasarkan pada sikap dan perilaku yang mengarah pada pencapaian hasil yang lebih baik dari sebelumnya dengan memenuhi prinsip-prinsip kewirausahaan yang meliputi: kemampuan mengelola sumber daya secara efektif dan efisien, kreativitas, inovasi, berani menerima risiko, toleransi dengan ketidakpastian, dan cenderung untuk menghasilkan yang terbaik dari sebelumnya atau sesuatu yang pernah ada.



## 2.2 Kreatif dan Inovasi

### a. Pengertian Kreativitas

Kreativitas dan inovasi merupakan dua hal yang saling berkaitan satu sama lainnya dan banyak digunakan untuk menjelaskan proses penciptaan ide-ide atau gagasan baru menjadi sebuah hasil karya berupa barang atau jasa baru dan berbeda dari yang pernah ada. Dalam dunia kewirausahaan istilah kreativitas diartikan sebagai kemampuan seseorang menemukan peluang baru dengan menciptakan ide-ide atau gagasan dengan memanfaatkan sumber daya yang ada untuk menghasilkan suatu karya baru dan berbeda dari yang pernah ada.

Pengertian kreativitas sudah banyak dikemukakan oleh para ahli berdasarkan pandangan yang berbeda-beda, diantaranya adalah:

Guilford (dalam Munandar, 2009) menerangkan bahwa kreativitas merupakan kemampuan atau kecakapan yang ada dalam diri seseorang yang berkaitan dengan bakat. Sedangkan Hulbeck menerangkan bahwa tindakan kreatif muncul dari keunikan keseluruhan kepribadian dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Definisi kreativitas dari dua pakar di atas lebih berfokus pada kemampuan menciptakan ide atau gagasan baru melalui interaksi dengan lingkungannya. Selanjutnya, Munandar (2009) mengemukakan bahwa pada dasarnya setiap orang dilahirkan di dunia memiliki potensi kreatif yang dapat diidentifikasi dan dipupuk melalui pendidikan. Sementara Ciputra (2010) mengemukakan bahwa menjadi *entrepreneur* sukses tidak cukup hanya mengandalkan bakat tanpa ditopang oleh ilmu dan pengalaman.

Cece Wijaya dan Tabrani (1991:189), bahwa kreativitas merupakan kemampuan menciptakan suatu produk baru, baik yang benar-benar baru sama sekali maupun merupakan modifikasi atau pengembangan sesuatu yang pernah ada. Dengan demikian kemampuan berwirausaha dapat dimatangkan melalui proses pendidikan dan pengembangan potensi diri atau bakat untuk melahirkan nilai-nilai kreativitas yang tinggi.

Pengertian kreativitas dapat dilihat dari beberapa aspek, diantaranya adalah aspek proses, produk, dan pribadi. Aspek proses menurut Hurlock (1978) mengemukakan bahwa kreativitas merupakan proses yang terjadi dalam diri seseorang untuk menciptakan sesuatu yang baru dalam bentuk ide, gagasan, maupun objek yang memiliki bentuk atau susunan baru dan berbeda dari sebelumnya. Sementara Rogers (1982) mengemukakan bahwa: proses kreatif ditunjukkan melalui tindakan yang berbeda dari seseorang dan memiliki keunikan dalam berinteraksi dengan pihak lain dan lingkungannya. Selanjutnya, Munandar (2009), kreativitas merupakan suatu proses yang tercermin dalam kelancaran, fleksibilitas dan originalitas berpikir seseorang. Sementara Guilford (1986) menekankan perbedaan berpikir divergen dan konvergen. Berpikir divergen merupakan cara berpikir terbuka untuk menemukan kemungkinan jawaban dari suatu persoalan. Sedangkan berpikir konvergen berfokus pada tercapainya satu jawaban yang paling tepat terhadap suatu persoalan atau masalah.

Wallas (dalam Reni, 2001) mengemukakan empat tahap dalam proses kreatif yaitu: tahap persiapan atau tahap pengumpulan informasi atau data, dimana pada tahapan ini terjadi percobaan-percobaan atas dasar berbagai kemungkinan pemecahan masalah yang dihadapi. Selanjutnya, tahap inkubasi yang merupakan tahap berlangsungnya proses pemecahan masalah dalam alam prasadar yang berlangsung dalam waktu yang tidak menentu. Setelah tahap inkubasi, individu mengalami atau tahap iluminasi merupakan proses munculnya inspirasi atau gagasan pemecahan masalah berupa cetusan spontan. Tahapan berikutnya adalah verifikasi atau tahap munculnya aktivitas evaluasi terhadap gagasan secara kritis, yang sudah mulai dicocokkan dengan keadaan nyata atau kondisi realita. Dari pendapat tersebut di atas, dapat dikemukakan bahwa kreativitas dari aspek proses merupakan penciptaan dan pengembangan ide atau gagasan baru melalui proses berpikir dan verifikasi terhadap ide atau gagasan dengan masalah yang dihadapi.



Aspek produk menurut Stein (1963), bahwa kreativitas merupakan kemampuan seseorang dapat menghasilkan sesuatu yang baru dan bermanfaat bagi dirinya dan mendapatkan pengakuan masyarakat pada waktu tertentu. Pendapat tersebut berfokus pada produk yang baru dan original melalui proses penggabungan atau elaborasi yang inovatif. Hal tersebut, senada dengan Baron (dalam Reni, 2001), bahwa *Creativity is the ability to bring something new into existence* (kreativitas merupakan kemampuan menghasilkan sesuatu yang baru). Definisi tersebut menekankan pada aspek orisinalitas. Demikian halnya Haeefe (dalam Munandar, 2009), mengemukakan bahwa: kreativitas adalah kemampuan untuk membuat kombinasi-kombinasi baru yang mempunyai makna sosial.

Selanjutnya, dari aspek pribadi kreativitas merupakan ungkapan unik dari pribadi yang ditunjukkan melalui interaksi individu, perasaan, sikap dan perilakunya yang mengarah pada tindakan-tindakan untuk menciptakan sesuatu yang baru atau berbeda dari sebelumnya ataupun dengan pihak lain. Hal tersebut, senada yang dikemukakan oleh Soemardjan (1983), bahwa kreativitas merupakan sifat pribadi seorang individu yang tercermin dari kemampuannya untuk menciptakan sesuatu yang baru.

Dengan demikian kreativitas merupakan proses penemuan ide, gagasan atau metode yang diaplikasikan melalui proses integrasi dari fungsi dasar manusia yaitu: berpikir, merasa, menginderakan dan intuisi untuk menghasilkan produk atau jasa baru dan berbeda dari sebelumnya serta memiliki nilai tambah.

#### **b. Pengertian Inovasi**

Istilah inovasi pertama kali diperkenalkan oleh Schumpeter pada tahun 1934. Inovasi atau *innovation* berasal dari kata *to innovate* yang berarti membuat perubahan atau memperkenalkan sesuatu yang baru. Inovasi kadang pula diartikan sebagai penemuan, namun berbeda maknanya dengan penemuan dalam arti *discovery* atau *invention*. Thomas (2007:259) mengemukakan bahwa: *discovery* mempunyai makna penemuan sesuatu yang pernah ada sebelumnya,

tetapi belum diketahui. Sedangkan invensi adalah penemuan yang benar-benar baru sebagai hasil kegiatan manusia.

Amabile (dalam Jong, 2003:191) mengemukakan bahwa semua inovasi diawali dari ide yang kreatif. Kreativitas adalah kemampuan untuk mengembangkan ide baru yang mencakup tiga hal penting, yaitu: keahlian, kemampuan berfikir fleksibel dan imajinatif, serta motivasi internal. Dalam proses inovasi, individu mempunyai ide-ide baru berdasarkan proses berpikir imajinatif dan didukung oleh motivasi internal yang tinggi.

Pengertian inovasi meliputi pengembangan dan implementasi terhadap sesuatu yang baru. Jong (2003:190) mengemukakan bahwa: inovasi dapat menjadi positif atau negatif. Inovasi positif didefinisikan sebagai proses membuat perubahan terhadap sesuatu yang telah mapan dengan memperkenalkan sesuatu yang baru yang memberikan nilai tambah bagi pengguna. Sedangkan inovasi negatif menyebabkan orang enggan untuk memakainya karena tidak memiliki nilai tambah, merusak dan merugikan. Definisi inovasi bersifat komprehensif termasuk menciptakan produk baru atau kualitas baru, metode produksi baru, untuk masuk ke pasar baru, menciptakan pasokan sumber baru atau untuk membuat organisasi baru atau struktur dalam bisnis. Hansemark (1998) mengemukakan bahwa kesuksesan seorang wirausahawan ditentukan oleh adanya keinginan untuk bertindak didasarkan pada kemampuan inovasi.

Berikut beberapa pengertian inovasi yang dikemukakan oleh para ahli, antaranya adalah: Entrialgo *et. al.* (2000) mengemukakan bahwa inovasi merupakan perilaku yang mencirikan seseorang yang berorientasi kewirausahaan. Selanjutnya Zacharakis (1997) mencirikan seseorang yang berorientasi kewirausahaan adalah orang yang selalu mencari peluang baru.

Joseph Schumpeter (dalam Stopper, 2002) mengemukakan bahwa: inovasi merupakan aplikasi sesuatu yang baru, meliputi: produk, proses, metode produksi, pasar baru atau sumber pasokan, dan



bentuk usaha baru. Selanjutnya Stopper (2002), inovasi adalah sesuatu yang baru yang diperkenalkan pada pasar.

Malecki (dalam Jelinek dan Hurt, 2001), berpendapat bahwa inovasi merupakan suatu proses transformasi pengetahuan untuk menghasilkan produk, proses, sistem, dan jasa baru. Sejalan dengan Rosenfeld (2002), bahwa: inovasi merupakan proses transformasi pengetahuan dalam menghasilkan produk, jasa, dan proses baru. Selanjutnya, Edquist (2001), mengatakan bahwa inovasi adalah segala sesuatu yang bersifat kebaruan baik dalam bentuk produk atau jasa yang memiliki nilai ekonomi dan bermanfaat bagi individu maupun perusahaan.

Berdasarkan pendapat tersebut di atas, dapat dikemukakan bahwa inovasi (*innovativeness*) adalah suatu proses menemukan atau mengimplementasikan sesuatu yang baru ke dalam situasi yang baru. Sementara Zimmerer, *et. al.*, (2008:43) mengemukakan perbedaan kreativitas dan inovasi, bahwa kreativitas adalah kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru atau cara-cara baru, sedangkan inovasi adalah kemampuan untuk menerapkan ide-ide atau cara baru dalam memanfaatkan peluang yang ada guna meningkatkan atau memperkaya kehidupan orang lain. Dengan demikian, inovasi merupakan hasil cipta atau kreativitas seseorang atau kelompok tim baik berupa ide, gagasan, produk atau jasa yang baru yang dapat dirasakan manfaatnya sebagai sesuatu yang baru dari yang sudah ada.

Lumpkin & Dess (1996) mengemukakan bahwa: inovasi dapat diartikan sebagai kecenderungan perusahaan untuk melakukan dan mendukung ide-ide baru, kebaruan, eksperimentasi, dan proses kreatif yang dapat menghasilkan produk, jasa, atau proses teknologi baru dan berbeda dari yang pernah ada. Sementara Schumpeter yang dikutip Tanvisuth (2007:22) mengatakan bahwa inovasi diperkenalkan ke dalam proses kewirausahaan sebagai proses kreatif untuk memperkenalkan barang atau jasa baru yang dapat mempengaruhi struktur pasar dengan menggeser sumber daya suatu perusahaan untuk memberi peluang tumbuhnya perusahaan baru.

Drucker (dalam Cromie, 2000; Utsch dan Rauch, 2000) mengemukakan bahwa inovasi adalah alat utama kewirausahaan. Hal ini didasarkan bahwa inovasi merupakan pola sistematis yang menggambarkan tentang perubahan sikap dan perilaku seseorang dalam menemukan peluang pasar, produk, atau ide baru. Sejalan dengan Stewart *et al.* (2003) menyatakan bahwa inovasi melekat dalam peran kewirausahaan yang membedakan antar wirausahawan dan manajer. Sementara dalam studi Utsch dan Rauch (2000) menemukan hubungan erat antara inovasi dan kinerja usaha. Selanjutnya, Thomas dan Mueller (2000) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa inovasi merupakan karakteristik utama dari profil kewirausahaan yang berorientasi pada penciptaan sesuatu yang baru dan berbeda dari yang pernah ada. Lebih lanjut Strauss (1967), menjelaskan inovasi sebagai penciptaan sesuatu yang baru melalui proses untuk mengubah sumber daya, seperti modal manusia, material, dan sumber daya keuangan yang ada dengan melibatkan kemampuan kreatif sebagai upaya untuk menciptakan peluang baru.

Turkson (2009) mengemukakan bahwa seorang wirausahawan yang memiliki kemampuan kreativitas dan inovasi lebih berpeluang mencapai kinerja yang tinggi dibanding lainnya. Hal ini berlaku pula pada semua tingkat manajer terutama pada tingkat strategis dalam menghadapi revolusi teknologi dituntut agar memiliki kemampuan kreatif dan inovatif yang tidak bisa diabaikan untuk sebuah perubahan organisasi dan pengembangan organisasi yang progresif. Sejalan dengan Anderson (2007), mengemukakan bahwa kreativitas dan inovasi merupakan dua hal yang penting untuk melakukan perubahan dan pengembangan organisasi yang progresif. Henri Fayol (dalam Turkson, 2009), bahwa seorang manajer harus kreatif dan inovatif dalam proses manajemen melalui perencanaan, pengorganisasian, mengarahkan, memimpin dan mengendalikan.

Dengan demikian, kreativitas dan inovasi harus menyerap setiap aspek kehidupan manusia yang tidak dibatasi pada tingkat manajer saja tetapi juga pada tingkat karyawan. Demikian halnya di

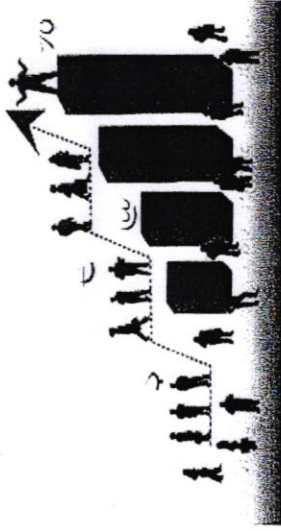


luar lingkungan kerja seperti rumah tangga, kesempatan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan lebih baik dapat dilakukan dengan melibatkan sumber daya yang ada.

Hurley dan Hult (1998) berpendapat bahwa penelitian tingkat kreativitas perusahaan dapat mengambil manfaat dari investigasi lingkungan organisasi yang mendukung inovasi sebagai variabel yang diamati. Dalam penelitian Hurley dan Hult (1998) digambarkan kapasitas untuk berinovasi sebagai variabel strategis bagi suatu perusahaan. Karakteristik yang paling strategis dan berpengaruh signifikan bagi keberhasilan suatu perusahaan adalah tingkat kreativitas dengan menciptakan lingkungan yang tepat).

Perusahaan dengan tingkat kapasitas inovatif yang tinggi dalam industri kreatif harus dapat menciptakan lingkungan yang mendorong dan mendukung ide-ide kreatif yang mengarah pada produk, proses, atau sistem baru (Szeto, 2000). Selain itu, orientasi kewirausahaan suatu perusahaan yang mengacu pada kemampuan untuk mengenali peluang pasar dan kapasitas inovasi yang bersumber dari lingkungan kreatif dapat menjadi industri kreatif bagi perusahaan dalam menghadapi lingkungan usaha yang sangat kompetitif (Dowd, 2006; Schilling, 2006). Temuan lain menunjukkan bahwa kreativitas dan inovasi sangat erat berhubungan dan sering dioperasionalkan secara bergantian (McAdam, & McClelland, 2002; Martins & Terblanche, 2003; Gumusluoglu & Ilsev, 2009). Dengan demikian, pengembangan kreativitas dan inovasi pada dasarnya mengacu pada upaya menciptakan cara baru dan lebih baik dari yang pernah ada, sebagai peluang untuk mencapai kesuksesan yang tidak cukup hanya mengandalkan bakat, tetapi perlu ditopang oleh ilmu dan pengalaman melalui proses pendidikan dan pelatihan.

## BAB III



# MEMBANGUN KARAKTERISTIK KEWIRAUSAHAAN

## 3.1 Pengembangan Kewirausahaan

Kehadiran wirausahawan (*entrepreneur*) telah membawa dampak positif bagi pertumbuhan perekonomian suatu negara. Dalam upaya mendorong pertumbuhan ekonomi dan tingkat kesejahteraan masyarakat, maka kehadiran wirausahawan melalui kemampuan kreativitas dan inovasi dalam menghasilkan ide-ide atau gagasan dan produk-produk baru diharapkan mampu memberikan kontribusi yang didasarkan pada tiga aspek, yaitu: 1) aspek ekonomi berkaitan dengan peluang usaha dan kesempatan kerja, 2) aspek sosial berkaitan dengan upaya mengurangi jumlah pengangguran dan menekan angka kemiskinan, dan 3) aspek dampak lingkungan berkaitan dengan menurunnya intensitas penangkapan ikan dan *recovery* ekosistem kehidupan hayati laut.

Orhan dan Scott (2001) mengemukakan bahwa kehadiran wirausahawan memegang peranan penting sebagai penggerak, pengendali dan pemacu perekonomian suatu bangsa, melalui kemampuan menghasilkan kegiatan-kegiatan yang kreatif dan inovasi serta berani menghadapi tantangan yang penuh dengan risiko dalam menghasilkan ide-ide atau gagasan dan produk-produk baru yang



merupakan peluang bisnis dan membuka kesempatan kerja bagi masyarakat.

Lebih lanjut Imam (dalam Rohmad, 2012) mengemukakan bahwa: kewirausahaan merupakan faktor produksi yang paling strategis dalam rangka meningkatkan daya saing ekonomi suatu bangsa. Kewirausahaan merupakan motor inovasi dan pertumbuhan ekonomi nasional, serta stimulator peningkatan kesejahteraan masyarakat. Kewirausahaan merupakan fondasi yang kokoh bagi pembangunan ekonomi, sosial dan politik yang lebih demokratis, karena kewirausahaan membangun kemandirian masyarakat. Hal ini sesuai dengan hasil kajian yang dilakukan oleh *Pacific Economic Cooperation Council* yang menunjukkan anggota ekonomi APEC yang maju umumnya memiliki rasio unit usaha terhadap jumlah penduduk yang lebih besar dibandingkan dengan anggota APEC yang sedang berkembang. Untuk mendukung pertumbuhan ekonomi APEC diperlukan satu unit UKM untuk setiap 20 orang penduduk, sehingga diperlukan tambahan 70 juta UKM di kawasan anggota APEC sampai dengan tahun 2020. Untuk kasus Indonesia, diperlukan tambahan 20 juta unit UKM di luar sektor pertanian sampai dengan tahun 2020, mengingat sebagian besar UKM berada dalam skala industri rumah tangga.

Mengacu pada pendapat tersebut di atas, maka sudah saatnya pemerintah Indonesia memberikan peluang bagi tumbuhnya wirausahaan-wirausahawan baru yang mampu memberikan kontribusi bagi pertumbuhan perekonomian melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan kreativitas dan inovasi serta internalisasi nilai-nilai kepribadian kewirausahaan melalui program pendidikan dan pelatihan.

Dalam upaya internalisasi nilai-nilai kepribadian kewirausahaan, maka perlu diciptakan kegiatan belajar mengajar dalam situasi dan kondisi yang mampu membangun pola pikir, sikap dan perilaku peserta didik yang mengarah pada tindakan-tindakan yang berorientasi kewirausahaan. Tindakan-tindakan yang

berorientasi kewirausahaan didasarkan pada jiwa kemandirian, kreatif, inovatif, dan berani menerima risiko. Adapun faktor yang menentukan terbentuknya kewirausahaan dalam diri individu, di antaranya adalah peluang (*opportunity*), kemauan berusaha (*propensity to enterprise*), dan kemampuan berusaha (*ability to enterprise*).

Peluang berusaha seringkali diperhadapkan dengan situasi dan kondisi yang memungkinkan seseorang untuk memanfaatkan kemampuan dan sumber daya yang dimiliki berkaitan dengan adanya tujuan yang ingin dicapai. Terkait dengan hal tersebut, peran pemerintah dalam menentukan arah kebijakan bagi pengembangan kewirausahaan melalui program pemberdayaan masyarakat dalam bentuk program pendidikan dan pelatihan, kemudahan dalam mengakses sumber permodalan, akses informasi pasar, dan kemudahan pemberian izin usaha. Hal ini dapat mempengaruhi keinginan masyarakat untuk memanfaatkan peluang sebaik mungkin untuk berusaha melalui kemampuan yang dimiliki untuk menghasilkan sesuatu yang baru dan bermanfaat.

Didorong oleh kemauan yang besar untuk berusaha merupakan hal utama yang harus dimiliki oleh seorang wirausahawan. Kemauan merupakan hasrat yang timbul dari dalam diri individu atas kesadarannya tentang nilai-nilai dan tujuan usaha yang ingin dicapai serta menyadari dan berkeinginan menerima konsekuensi kemungkinan munculnya risiko kegagalan usaha. Berbeda dengan faktor peluang yang dapat dibangun melalui kebijakan pemerintah, baik dalam bentuk dukungan keuangan maupun non keuangan. Dengan demikian, kegiatan pendidikan dan pelatihan tidak hanya sekedar mengacu pada penguatan materi dan kesesuaian waktu pelaksanaan program yang ditentukan, tetapi yang perlu mendapat perhatian adalah tercapainya kesesuaian antar keinginan dan potensi peserta didik dengan metode pembelajaran yang mampu memberikan efek setelah kegiatan program dilaksanakan.

Selanjutnya faktor kemampuan berusaha, seorang wirausahawan perlu dibekali dengan kemampuan teknik atau



keterampilan teknik dan kemampuan bisnis. Kemampuan teknik berkaitan dengan kemampuan kreatif dan inovatif dalam menghasilkan baik berupa barang ataupun jasa yang bersifat kebaruan dan bermanfaat bagi pihak lain. Sedangkan kemampuan bisnis berkaitan dengan kemampuan membangun dan mempertahankan nilai-nilai dan tujuan usaha yang dijalankan, diantaranya adalah: pengembangan produk, pemasaran, keuangan, dan kemampuan manajerial. Ketiga hal tersebut dapat mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang dalam melakukan tindakan-tindakan yang mengarah pada pencapaian hasil yang diinginkan.

Jean Piaget (dalam Harianti, 2010:24) mengemukakan bahwa proses belajar terjadi apabila proses pengolahan data berlangsung aktif dalam diri seseorang. Proses pengolahan data terjadi merupakan aktivitas lanjutan dari kegiatan mencari informasi untuk menghasilkan temuan-temuan baru (*discovery* maupun *invention*).

Karakteristik kepribadian kewirausahaan menurut Zimmerman (2008) merupakan nilai-nilai kepribadian yang berorientasi kewirausahaan yang didasarkan pada jiwa, sikap, perilaku yang ditunjukkan melalui motivasi berprestasi, efikasi diri, komitmen, dan pencapaian kinerja atau prestasi melalui kemampuan kreativitas, inovasi, dan berani menerima risiko kegagalan. Bertalian dengan pendapat tersebut, kecenderungan seorang wirausahawan adalah memiliki kebiasaan berinisiatif tanpa menunggu perintah untuk melahirkan kreativitas dan inovasi berupa produk atau jasa baru dan berbeda dari yang pernah ada dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki sebagai wujud dari keinginan kuat untuk mencapai prestasi atau kinerja.

Pencapaian kinerja usaha bagi wirausahawan tidak hanya didasarkan pada aspek *financial* tetapi juga pada aspek *non-financial*. Haber dan Reichel (Rajjone, 2007) bahwa kinerja usaha dapat dinilai, baik secara objektif maupun subjektif. Secara objektif penilaian kinerja usaha didasarkan pada pendekatan keuangan (*financial*), seperti pertumbuhan, tingkat pengembalian investasi, dan jumlah

tenaga kerja. Sementara pendekatan subjektif cenderung pada penilaian *non-financial* terkait dengan persoalan yang lebih pribadi, seperti: kepuasan pribadi, kehidupan yang layak, dan kualitas produk. Sementara Walker dan Brown (2004) mengemukakan bahwa kesuksesan wirausahawan sebagai pemilik dan pelaku usaha cenderung pada pencapaian prestasi didasarkan pada kriteria *non-finacial*. Hal ini mengindikasikan bahwa pencapaian laba bagi wirausahawan bukan menjadi tujuan utama, tetapi cenderung pada pencapaian tujuan yang bersifat *non-financial* yang didasarkan pada keinginan pribadi sebagai pemilik dan juga sebagai pelaku usaha.

Pencapaian prestasi atau kinerja, seseorang yang memiliki keinginan untuk mencapai prestasi dapat ditunjukkan dengan motivasi mereka (Chu, 2000:3), yang tidak terlepas dari peranan faktor ketekunan dan komitmen yang kuat (Siu Wai Sum, 2000:9), untuk menjadi wirausahawan sukses (Man *et. al.*, 2005:4) yang ditunjukkan melalui sikap dan perilaku yang mengarah pada tindakan-tindakan berorientasi kewirausahaan

Ward (2009:5) mengemukakan bahwa untuk menjadi wirausahawan yang sukses diperlukan komitmen yang kuat yang didasarkan pada niat atau hasrat, disiplin, dan keteguhan hati dalam menjalankan usahanya. Sementara Suryana (2006:33) mengemukakan bahwa komitmen berwirausaha merupakan bentuk kepribadian wirausahawan untuk tetap mempertahankan eksistensinya sebagai seseorang yang memiliki sikap dan perilaku yang berorientasi sukses dan memiliki keinginan untuk bekerja keras. Selanjutnya, Tang (2008:128) mengemukakan bahwa individu yang memiliki komitmen yang tinggi cenderung melakukan yang terbaik dalam menjalankan aktivitasnya dengan mengarahkan kemampuan dan keterampilannya untuk mencapai prestasi atau kinerja yang diharapkan.

Seseorang yang berorientasi kewirausahaan ditunjukkan melalui sifat atau ciri, antara lain: motivasi berprestasi, tekun, dan komitmen yang kuat. Zahra dan Garvis (2000:471) mengidentifikasi orientasi kewirausahaan sebagai konsep yang mencakup inovasi,



proaktif dan berani mengambil risiko. Sementara Suryana (2006:3) mengartikannya sebagai kepribadian kreatif dan inovatif yang dilandasi jiwa, sikap dan perilaku kewirausahaan dengan ciri-ciri: memiliki motivasi berprestasi, dan komitmen. Selanjutnya Bandura (1986:3) bahwa efikasi diri kewirausahaan (*entrepreneurial self efficacy*) memiliki pengaruh terhadap komitmen dan kinerja. Sejalan dengan Hall (2001:24) mengemukakan bahwa pencapaian kinerja dapat dilakukan melalui tindakan yang didasarkan pada kemampuan kreatif, inovasi, dan berani menerima risiko. Dengan demikian, seseorang yang berorientasi kewirausahaan ditunjukkan oleh motivasi berprestasi, ketekunan, dan komitmen yang kuat yang didasarkan pada kemampuan kreatif, inovasi, dan berani mengambil risiko.

Berdasarkan beberapa pendapat dia atas, menjelaskan bahwa kesuksesan wirausahawan mencapai prestasi ditentukan oleh jiwa, sikap dan perilakunya melalui komitmen terhadap tugas dan tanggung jawabnya untuk tetap mempertahankan nilai-nilai dan tujuan usahanya yang didorong oleh adanya keinginan untuk melakukan tindakan yang berorientasi prestasi serta keyakinan terhadap kemampuan yang dimiliki dapat memberikan peluang berhasil melaksanakan tugasnya untuk mencapai kinerja yang diharapkan.

## 3.2 Pengertian Sikap dan Perilaku Kewirausahaan

### 3.2.1 Sikap Kewirausahaan

Ada bermacam-macam pendapat yang dikemukakan oleh para ahli psikolog dan sosiolog tentang pengertian sikap dengan memberi batasan, bahwa sikap merupakan kecenderungan individu merespon stimulus berkaitan dengan suatu kebutuhan atau tujuan yang ingin dicapai dalam lingkungan sosial. Adapun yang dikemukakan oleh Howard dan Kendler (1974) dan Gerungan (2000), bahwa hubungan antara tingkat kebutuhan dengan stimulus yang timbul memberikan respon individu untuk cenderung mendekat atau menghindari stimuli dari berbagai keadaan sosial, lingkungan institusi, pribadi, situasi, ide, konsep dan sebagainya.

Beberapa pengertian sikap yang dikemukakan oleh para ahli pada dasarnya memiliki kesamaan pandang, bahwa sikap merupakan keadaan internal individu yang dipengaruhi oleh kemampuan kognitif dalam persepsiakan stimulus yang timbul untuk menerima atau menolak stimuli atau objek stimulus. Sejalan yang dikemukakan oleh Gagne (1974) bahwa sikap merupakan suatu keadaan internal individu untuk memilih suatu tindakan atas suatu stimulus yang timbul. Adapun keadaan internal merupakan kondisi internal individu yang mengalami proses akomodasi dan asimilasi kognitif yang memperkuat sikap dan perasaan mengarah pada suatu tujuan yang ingin dicapai. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Piaget (dalam Gerungan, 2000), bahwa: sikap merupakan suatu proses perkembangan kognitif manusia melalui proses belajar yang berkaitan dengan aspek motivasi dan perasaan atau emosi.

Selanjutnya Stephen dan Timothy (2008:92), mengemukakan bahwa sikap (*attitude*) merupakan hasil evaluasi untuk menerima atau menolak, menyenangkan atau tidak menyenangkan dari suatu stimulus yang berhubungan dengan objek, individu, atau peristiwa. Hal tersebut, senada yang dikemukakan oleh Kotler dan Armstrong (1997, p.157), bahwa sikap merupakan persepsi individu yang didasarkan pada kemampuan kognitif, afektif, dan konatif terhadap suatu objek yang menstimuli individu untuk menerima atau menolak, menyukai atau tidak menyukai stimulus yang timbul. Hal yang senada dengan Muchlas (2005:151) mengemukakan bahwa: sikap (*attitudes*) merupakan hasil dari proses evaluasi suatu stimulus yang merespon individu untuk menyenangkan atau tidak menyenangkan, menerima atau menolak objek sikap. Dengan demikian, sikap dapat diartikan sebagai proses evaluasi dari suatu stimulus yang didasarkan pada kemampuan kognitif, afektif, dan konatif yang ditunjukkan melalui tindakan responsif individu yang bersifat positif atau negatif, menerima atau menolak, menyenangkan atau tidak menyenangkan objek sikap. Adapun faktor yang dapat membentuk sikap adalah timbulnya stimulus yang berkaitan dengan objek sikap yang direspon melalui kemampuan



kognitif, afektif, dan konatif dan mendorong seseorang untuk melakukan suatu tindakan, baik bersifat negatif maupun positif, menerima atau menolak.

Eagly & Chaiken (dalam Ajzen, 2005) mengemukakan bahwa sikap dapat diposisikan sebagai hasil evaluasi terhadap objek sikap yang diekspresikan ke dalam proses-proses kognitif, afektif, dan perilaku. Respons dari evaluasi dalam bentuk kognitif menghasilkan kepercayaan atau keyakinan terhadap objek sikap. Sementara respons dari evaluasi dalam bentuk afektif berupa perasaan individu terhadap objek sikap, dan respons dari evaluasi dalam bentuk konatif atau niat berperilaku ditunjukkan dengan menyetujui atau menerima objek sikap. Dengan demikian, pembentukan sikap ditentukan oleh tingkat kemampuan seseorang mempersepsikan dan mengevaluasi objek sikap melalui proses kognitif, afektif, dan konatif.

Pendapat Eagly dan Chaiken tersebut menjelaskan bahwa kemampuan kognitif, afektif dan konatif merupakan unsur dari pembentukan sikap yang berkaitan dengan unsur pengetahuan, percaya atau keyakinan, dan menerima atau mendukung. Sikap yang terbentuk dapat mempengaruhi keinginan dan niat seseorang yang mengarahkan perilakunya untuk melakukan tindakan-tindakan tertentu. Tindakan yang dilakukan didasarkan oleh kebutuhan dan keinginan individu. Dengan demikian, wirausahawan adalah orang yang memiliki sikap dan perilaku yang didasarkan pada keyakinan bahwa usaha yang dijalankan dapat mendatangkan kesuksesan atau keuntungan, merasakan adanya peluang untuk berhasil, dan bersedia untuk memilih menjadi wirausahawan sebagai jalan hidupnya dan menerima segala konsekuensi dari keputusan yang diambil.

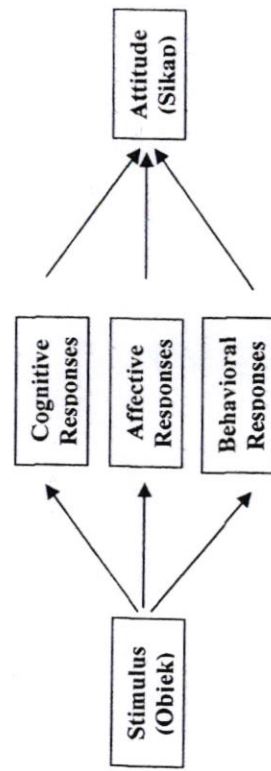
Selanjutnya, Ajzen (2005:3) menyatakan bahwa sikap merupakan respon terhadap suatu objek sikap yang mempengaruhi sikap seseorang untuk mendukung atau tidak mendukung, menyenangkan atau tidak yang melalui suatu proses evaluasi kognitif, afektif, dan konatif. Dengan demikian sikap seseorang terbentuk melalui proses evaluasi yang melibatkan unsur pengetahuan, perasaan

dan niat berperilaku. Setiap orang memiliki ketiga unsur tersebut dan berbeda-beda tingkatan dan prosesnya. Sehingga sikap setiap orangpun berbeda-beda yang disebabkan oleh perbedaan dari ketiga hal tersebut. Dengan demikian, pembentukan sikap dan perilaku wirausaha terletak pada peran ketiga unsur tersebut dalam diri individu.

Hasil evaluasi disimpulkan dari berbagai pengamatan terhadap sebuah objek diekspresikan dalam bentuk respon kognitif, afektif (emosi), maupun perilaku (Katz & Stotland, 1959; Triandis, 1971). Respons evaluatif dalam bentuk kognitif meliputi beliefs yang dimiliki individu terhadap objek sikap dengan berbagai atributnya (Ajzen, 2005). Dengan demikian, sikap merupakan tendensi psikologis yang diekspresikan oleh evaluasi terhadap entitas tertentu dengan derajat suka atau tidak suka (Ramdhani, 2008).

Sejalan yang dikemukakan oleh Katz & Stotland (1959), Triandis (1971), serta Ajzen (2005), bahwa: sikap berkaitan dengan proses kognitif, afektif, dan perilaku. Namun, Greenwald (1968); Triandis (1971); dan Zanna & Rempel (1988) mengemukakan bahwa proses-proses kognitif, afektif, dan perilaku adalah *antecedents* dari sikap (Ramdhani, 2008).

Adapun pengertian sikap sebagai hasil dari proses kognitif, afektif, dan perilaku yang dikemukakan di atas, dapat dilihat pada gambar berikut yang sudah dikembangkan melalui pandangan para ahli di atas.



**Gambar 1. Sikap Sebagai Hasil Evaluasi Kognitif, Afektif, dan Perilaku**



Berdasarkan gambar di atas dapat dijelaskan bahwa sikap dipengaruhi oleh timbulnya stimulus melalui proses kognitif, afektif, perilaku yang selanjutnya membentuk perilaku baru yang menyukai atau tidak menyukai, menerima atau menolak dan diteruskan dengan melakukan suatu tindakan tertentu. Proses kognitif, afektif, dan perilaku dapat terjadi pada saat individu menerima stimulus yang dipersepsikan dan dievaluasi sesuai dengan kemampuan individu yang dapat diperoleh melalui pendidikan, pengalaman ataupun kebiasaan individu.

Berkaitan dengan pengertian sikap di atas, kewirausahaan merupakan sifat atau karakteristik seseorang yang didasarkan pada sikap dan perilaku yang dipengaruhi oleh adanya motivasi, emosi, persepsi, dan kognisi yang mengarahkan pada tindakan-tindakan prestatif melalui kemampuan kreatif dan inovatif untuk menghasilkan sesuatu yang bersifat kebaruan dan berbeda dari yang pernah ada. Sikap dan perilaku seorang wirausahawan ditentukan oleh sifat dan watak individu yang berorientasi pada prestasi, masa depan, keunggulan, mandiri, dan berani menerima risiko kegagalan yang didasarkan pada kemampuan kreatif dan inovasi.

Dengan demikian, sikap kewirausahaan seseorang dapat dikatakan sebagai suatu proses evaluatif melalui kemampuan kognitif, afektif, dan konatif terhadap suatu stimulus yang berkaitan dengan objek sikap, meliputi aspek prestasi, masa depan, keunggulan, kemandirian, dan keberanian menerima risiko kegagalan dengan memanfaatkan kemampuan kreatif dan inovatif untuk menghasilkan sesuatu, baik barang atau jasa, ide ataupun gagasan yang bersifat kebaruan atau unik dan bermanfaat bagi orang lain.

### 3.2.2 Perilaku Kewirausahaan

Perilaku kewirausahaan merupakan respons dari sikap atas suatu objek sikap atau stimulus yang ditunjukkan, baik melalui gerakan-gerakan nyata (*overt*) ataupun yang terselubung atau tersembunyi (*covert*). Dengan kata lain, perilaku merupakan manifestasi atau perwujudan sebagai suatu pernyataan perasaan atau

pendapat individu dalam berinteraksi dengan lingkungan, mulai dari perilaku yang paling tampak sampai yang tidak tampak, dari yang paling dirasakan sampai yang paling tidak dirasakan. Adapun yang paling mungkin dapat diamati dan dikaji adalah manifestasi atau perwujudan dalam bentuk perilaku individu dalam berinteraksi dengan lingkungannya.

Sikap dan perilaku merupakan kesatuan sifat seseorang yang terbentuk karena kebiasaan sehari-hari. Perilaku wirausahawan dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Perilaku setiap orang berbeda-beda tergantung pada bagaimana sikap seseorang mempersepsikan stimulus melalui kemampuan kognitif, afektif, dan konatif yang dimilikinya. Berkaitan dengan hal tersebut, Achmad Sanusi (dalam Suryana, 2006:13) mengemukakan bahwa: kewirausahaan adalah suatu nilai yang diwujudkan dalam perilaku yang dijadikan dasar sumber daya, tenaga penggerak, tujuan, siasat, kiat, proses, dan hasil bisnis (Achmad Sanusi, 1994). Lebih lanjut McClelland (1961) bahwa kebutuhan berprestasi yang kuat dicirikan dengan perilaku seseorang yang cenderung mencari solusi permasalahan, menetapkan tujuan yang moderat, berani menghadapi risiko, dan membutuhkan umpan balik untuk mencapai kinerja.

Teori perilaku terencana (*theory of planned behavior*) yang dikemukakan Ajzen (2005) mengemukakan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi seseorang berperilaku, meliputi: 1) kepercayaan atau keyakinan, 2) sikap, 3) keinginan berperilaku, dan 4) perilaku sesungguhnya. Selanjutnya Ajzen mengemukakan bahwa: beberapa hasil penelitian menunjukkan bahwa keinginan berperilaku tidak selalu mengarah pada perilaku aktual yang disebabkan oleh adanya keterbatasan. Hal ini ditunjukkan melalui susunan terjadinya perilaku yang diawali dari persepsi individu terhadap suatu objek dan dievaluasi melalui proses kognitif, afektif dan niat perilaku yang selanjutnya membentuk sikap yang mengacu pada niat atau hasrat seseorang untuk berperilaku nyata. Penentu terjadinya perilaku nyata terletak pada kekuatan dorongan dalam diri seseorang yang dapat



menggerakkan perilaku untuk pencapaian tujuan. Keinginan berperilaku (*intention behavior*) tidak dapat menjadi penentu perilaku yang sebenarnya, sehingga Ajzen menambahkan konsep efikasi diri (*self efficacy*) untuk mengarahkan keinginan berperilaku pada perilaku sesungguhnya.

Berdasarkan pendapat tersebut di atas, maka perilaku kewirausahaan merupakan manifestasi dari sikap atas suatu stimulus yang mengarah pada tindakan-tindakan untuk mencapai suatu hasil yang maksimal didasarkan pada aspek motivasi berprestasi, efikasi diri, dan komitmen berwirausaha. Dengan demikian kewirausahaan berkaitan dengan nilai-nilai yang membentuk perilaku seseorang untuk selalu kreatif berdaya, berprestasi, berkarya dan bersahaja untuk mencapai prestasi atau kinerja.

### 3.3 Pengembangan Sikap dan Perilaku Kewirausahaan

Sikap dan perilaku sangat dipengaruhi oleh sifat dan watak yang dimiliki oleh seseorang yang berorientasi pada kemajuan yang ditunjukkan melalui tindakan-tindakan kreatif dan inovatif serta berani menerima risiko. Adapun nilai-nilai kepribadian, seperti: motivasi berprestasi, efikasi diri, dan komitmen berwirausaha dapat membentuk perilaku seseorang untuk melakukan tindakan yang berorientasi kebaruan dan berbeda dari yang pernah ada melalui kemampuan kreatif yang diwujudkan dalam sebuah inovasi, baik dalam bentuk produk maupun jasa. Selain faktor internal seperti yang dikemukakan diatas, sifat dan perilaku kewirausahaan juga dipengaruhi oleh faktor eksternal, yaitu timbulnya stimulus berkaitan dengan objek sikap yang mempengaruhi perilaku seseorang untuk melakukan suatu tindakan yang berorientasi ada pencapaian prestasi atau kinerja.

Pembiasaan melalui pengkondisian stimulus yang berkaitan dengan objek sikap merupakan cara yang dapat membentuk sikap dan perilaku individu dengan mengolah stimulus secara aktif menjadi perilaku baru yang mengarah pada suatu tindakan nyata. Selanjutnya, pada suatu kondisi tertentu melalui kemampuan kreatif dan dan cara

kerja prestatif, seseorang dapat mengembangkan kemampuan inovasi untuk menghasilkan ide ataupun gagasan baru yang diwujudkan dalam bentuk barang atau jasa yang berbeda dari sebelumnya. Dengan didasarkan, pada nilai-nilai kepribadian serta timbulnya stimulus yang berkaitan dengan objek sikap, maka seseorang dapat membangun dan meningkatkan motivasi berprestasi, efikasi diri, dan komitmen berwirausaha untuk menghasilkan prestasi atau kinerjanya.

Verheul (2001) mengemukakan dua teori yang mendorong minat seseorang untuk menjadi wirausahawan, yaitu: *push theory* dan *pull theory*. Teori pendorong (*push theory*) menjelaskan minat berwirausaha didorong oleh lingkungan yang negatif dimana lingkungan yang tidak memberikan peluang kerja, ketidakpuasan pada lingkungan pekerjaan, dan ketidaksesuaian tingkat gaji yang diterima. Selanjutnya *pull theory* menjelaskan bahwa seseorang berminat menjadi wirausahawan didorong oleh hal-hal yang berkaitan dengan sifat dan watak atau karakter individu, seperti kemandirian, berani menerima risiko kegagalan, motivasi berprestasi, efikasi diri, dan komitmen berwirausaha yang mengarah pada tindakan-tindakan berorientasi kinerja dengan menerapkan prinsip cara kerja prestatif. Adapun prinsip cara kerja prestatif berorientasi kewirausahaan menurut Sukirman, dkk (2012), ditunjukkan melalui beberapa hal, yaitu: 1) adanya respons yang cepat terhadap perubahan (*responsive*), 2) melaksanakan proses belajar dengan sungguh-sungguh, 3) mengetahui sejauh mana kemampuan diri sendiri, 4) memiliki motivasi yang tinggi dalam mencapai kemajuan, 5) mendorong kemampuan praktik dan ketrampilan dalam proses belajar yang efektif dan efisien.

Pengembangan sikap dan perilaku kewirausahaan pada dasarnya bertujuan untuk membangun minat berwirausaha. Minat seseorang dapat diekspresikan melalui perilaku yang mengarah pada keinginan atau ketertarikan seseorang pada suatu tindakan tertentu terhadap suatu objek yang didasarkan pada niat berwirausaha yang



kuat yang disebut dengan intensi kewirausahaan (*entrepreneurship intention*).

Salah satu faktor pendukung kesuksesan wirausahawan adalah adanya keinginan, dan keinginan oleh Ajzen (2005) disebut sebagai intensi yaitu komponen dalam diri individu yang mengacu pada keinginan untuk melakukan tingkah laku tertentu. Intensi adalah hal-hal yang diasumsikan dapat menangkap faktor-faktor yang memotivasi dan yang berdampak kuat pada tingkah laku. Sedangkan Bandura (1986) menyatakan bahwa: intensi merupakan suatu kebulatan tekad untuk melakukan aktivitas tertentu atau menghasilkan keadaan tertentu di masa depan. Intensi menurutnya adalah bagian vital dari *self regulation* individu yang dilatar belakangi oleh motivasi seseorang untuk bertindak.

Intensi kewirausahaan dapat memotivasi seseorang untuk bersikap dan berperilaku kerja yang lebih baik guna mencapai tujuan individu maupun organisasi dibandingkan seseorang yang tidak memiliki intensi untuk memulai usahanya. Sejalan dengan Krueger dan Carsrud (1993 dalam Indarti, 2008) menggunakan intensi sebagai prediktor terhadap perilaku kewirausahaan. Dengan kata lain, bahwa: seseorang dengan intensi untuk memulai usaha akan memiliki kesiapan dan kemajuan yang lebih baik dalam usaha yang dijalankan dibandingkan seseorang tanpa intensi untuk memulai usaha. Sedangkan intensi kewirausahaan dapat diartikan sebagai proses pencarian informasi yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan pembentukan suatu usaha. (Katz dan Gartner, 1988, dalam Indarti, 2008).

Beberapa peneliti terdahulu seperti McClelland (1992), Sengupta dan Debnath (1994) dan Giles dan Rea, (1999) tentang efikasi diri membuktikan bahwa faktor kepribadian seperti kebutuhan akan prestasi merupakan prediktor signifikan dari intensi kewirausahaan. Selanjutnya Covin dan Slevin, 1996 (dalam Widyo Winarso, 2003) menyatakan bahwa pada dasarnya seorang wirausaha dapat dikenali dari sikap dan perilakunya yang mencerminkan tiga

dimensi, yaitu: 1) keinovatifan (*innovativeness*), 2) pengambilan resiko (*risk-taking*), 3) keproaktifan (*pro-activeness*). Dengan demikian motivasi berprestasi dan efikasi diri dapat mengarahkan sikap dan perilaku seseorang pada tindakan prestasif yang didasarkan pada kemampuan inovasi, keberanian menghadapi risiko, dan proaktif yang ditunjukkan dengan intensi kewirausahaan yang tinggi.

Intensi adalah bagian penting dari teori aksi beralasan (*Theory of reasoned action*) dari Ajzen (2005). Intensi merupakan prediktor sukses dari perilaku karena ia menjembatani sikap dan perilaku. Intensi dipandang sebagai ubahan yang paling dekat dari individu untuk melakukan perilaku, maka dengan demikian intensi dapat dipandang sebagai hal yang khusus dari keyakinan yang obyektifnya selalu individu dan atribusinya selalu perilaku (Ajzen, 2005). Perhatian utama dalam *theory of planned behavior* adalah pada niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku, karena niat merupakan variabel antara yang menyebabkan terjadinya perilaku dari suatu sikap maupun variabel lainnya. Niat merupakan mediator pengaruh berbagai faktor-faktor motivasional yang berdampak pada suatu perilaku. Di samping itu, niat juga menunjukkan seberapa keras seseorang berani mencoba, niat menunjukkan seberapa besar upaya yang direncanakan seseorang untuk dilakukannya dan niat adalah paling dekat berhubungan dengan perilaku selanjutnya.

Menurut Ancok (1992) mengatakan bahwa intensi dapat didefinisikan sebagai niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku. Intensi merupakan sebuah istilah yang terkait dengan tindakan dan merupakan unsur yang penting dalam sejumlah tindakan, yang menunjukkan pada keadaan pikiran seseorang yang diarahkan untuk melakukan sesuatu tindakan, berdasarkan pada pertimbangan yang mendalam yang diyakini dan diinginkan oleh seseorang melalui tindakan tertentu. Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa pengembangan sikap dan perilaku dapat ditentukan oleh faktor internal dan eksternal individu. Faktor internal berkaitan dengan sifat atau karakter individu yang dapat dikembangkan melalui pendidikan,



pelatihan, ataupun melalui pengalaman. Sedangkan faktor eksternal berkaitan dengan adanya stimulus yang berhubungan dengan peluang usaha, kemudahan mengakses sumber dana, akses informasi pasar, dan kemudahan mendapatkan izin pendirian sehingga dapat membangun nilai-nilai kreatif dan inovasi yang didasarkan pada kemampuan kognitif, afektif, dan konatif/psikomotorik serta meningkatkan intensi kewirausahaan melalui motivasi berprestasi, efikasi diri, dan komitmen berwirausaha.

### 3.4 Mengukur Sikap dan Perilaku Kewirausahaan

Kewirausahaan dilihat sebagai sesuatu yang bisa diajarkan dan beberapa hal dilihat sebagai karakteristik personal sebagai pembawaan sejak lahir (Kuratko, 2005). Untuk mendukung proses belajar yang optimal, baik dalam bentuk program pendidikan maupun pelatihan berorientasi kewirausahaan, maka diperlukan berbagai fasilitas pendukung serta model pembelajaran yang tidak hanya mengacu pada penguatan materi, tetapi juga mengacu pada pembentukan karakter dan nilai-nilai kepribadian, sehingga dapat memberikan efek dari hasil kegiatan pendidikan dan pelatihan dengan meningkatnya minat berwirausaha para peserta didik dengan bekal kemampuan kreatif dan inovasi. Untuk memahami sikap seseorang, dapat dilakukan melalui pengungkapan sikap individu. Adapun untuk pengukuran sikap dapat dilakukan melalui susunan skala sikap yang terdiri butir-butir pernyataan yang dapat dipahami dan direspon oleh individu yang diamati.

Arikunto (1989) mengemukakan bahwa penyusunan skala sikap harus diupayakan agar butir-butir pernyataan mengandung dua hal penting, yaitu: bentuk luar pernyataan, dan isi butir pernyataan. Bentuk luar pernyataan berkaitan dengan beberapa hal, yaitu: a) menggunakan bahasa yang jelas dan tidak mengandung arti berulang atau ganda; b) menggunakan kata-kata yang mudah dipahami; c) menghindari kalimat negatif berulang atau ganda; d) menghindari kata-kata yang berlebihan; e) terdiri dari jumlah butir positif dan negatif yang sama, dan disusun secara acak. Selanjutnya isi butir

pernyataan berkaitan dengan beberapa hal, yaitu: a) pengukuran harus fokus pada obyek sikap; b) menghindari pertanyaan tentang hal yang telah lampau; c) memungkinkan dijawab bervariasi oleh setiap responden yang diamati. Adapun jenis skala sikap yang dapat digunakan, diantaranya adalah: model Thurstone, Likert, Semantik Diferensial, Guttman dan skala Inkeles. Menurut hasil penelitian terhadap penggunaan berbagai skala tersebut ternyata skala Likert berkorelasi cukup (0,54) dengan tujuan umum yang dirumuskan (Arikunto, 1989).

Skala *linkert* pertama kali dikembangkan oleh Rensis Linkert pada tahun 1932. Dalam skala ini dapat menggunakan item yang bersifat *favorable* dan *unfavorable*. Adapun total skor merupakan penjumlahan skor responsi dari responden terhadap pilihan jawaban yang menggunakan skala ordinal yang hanya dapat memberikan gambaran tentang peringkat saja, namun tidak memiliki nilai absolut yang memberikan penilaian terhadap skor yang lebih tinggi adalah lebih baik dari skor responden lainnya yang lebih rendah. Adapun prosedur dalam penyusunan skala *linkert* dapat ditempuh melalui langkah-langkah sebagai berikut :1) pengumpulan item-item yang cukup banyak dan relevan dengan masalah yang diteliti, 2) item-item tersebut diuji coba kepada sekelompok responden yang cukup representative dari populasi yang ingin diteliti, 3) mengumpulkan persepsi melalui item-item pertanyaan, baik bersifat *favorable* maupun *unfavorable* yang berisikan jawaban yang diberi skor dari angka tertinggi hingga terendah yang mengindikasikan dari sangat menyenangkan hingga tidak menyenangkan. 4) total skor dari masing-masing individu adalah penjumlahan dari skor masing-masing item dari responden.

Skala Guttman dikembangkan oleh Louis Guttman. Skala ini merupakan skala kumulatif yang mengukur satu dimensi saja. Skala Guttman merupakan metode *scalogram* (*scale analysis*) yang merupakan kesatuan dimensi dari sikap atau sifat yang diteliti yang menyiapkan satu item jawaban jelas (tegas) dan konsisten terhadap

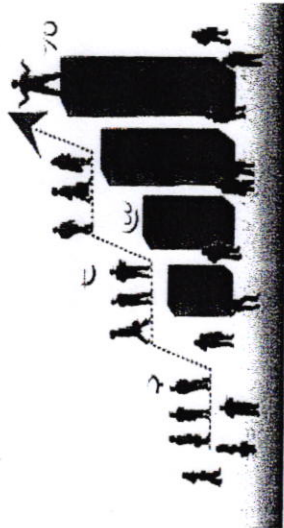


suatu permasalahan yang ditanyakan, seperti: yakin-tidak yakin; ya - tidak; benar-salah; positif-negatif; pernah-belum pernah ; setuju-tidak setuju; dan sebagainya.

Menyusun skala Guttman dapat dilakukan melalui langkah-langkah sebagai berikut: 1) menyusun sejumlah pertanyaan yang relevan dengan masalah yang ingin diselidiki, 2) melakukan penelitian awal pada sejumlah sampel dari populasi yang akan diselidiki minimal 50 responden, 3) menganalisis jawaban responden dan membuang jawaban yang ekstrim atau jawaban yang disetujui atau tidak disetujui oleh lebih dari 80% responden, 4) susunlah jawaban pada tabel Guttman, 6) menghitung koefisien reproduksibilitas dan koefisien skalabilitas.

Skala Thurstone meminta responden untuk memilih beberapa pernyataan yang ia setuju dari beberapa pernyataan yang menyajikan pandangan yang berbeda-beda. Pada umumnya setiap item mempunyai asosiasi nilai antara 1 sampai dengan 10, tetapi nilainya tidak diketahui oleh responden. Pada skala Thurstone menggunakan skala interval berdasarkan jumlah pernyataan yang dipilih oleh responden dari angket yang dibagikan (Subana, 2000:34).

## BAB IV



### NILAI-NILAI KEPRIBADIAN KEWIRAUSAHAAN

#### 4.1 Konsep Kepribadian

Kepribadian merupakan faktor biologis, psikologis, dan sosiologis yang terdapat pada diri seseorang dan mempengaruhi sikap dan perilaku individu untuk melakukan suatu tindakan dan berinteraksi dengan lingkungannya. Setiap orang memiliki kepribadian unik sehingga sikap, perilaku, cara berpikir, dan bertindak setiap individu berbeda-beda.

Beberapa pendapat tentang kepribadian yang dikemukakan oleh para ahli yang dikutip oleh Dimas (2012) sebagai berikut:

Roucek dan Waren mengemukakan bahwa kepribadian merupakan organisasi faktor biologis, psikologis, dan sosiologis yang mendasari perilaku seseorang. Faktor biologis meliputi: keadaan fisik, watak, seksual, dan proses pendewasaan individu. Sedangkan faktor psikologis berkaitan dengan temperamen, perasaan, keterampilan, kemampuan belajar, dan keinginan. Selanjutnya faktor sosiologis berkaitan dengan proses sosiologis individu yang berlangsung sejak kecil.

Koentjaraningrat berpendapat bahwa kepribadian merupakan susunan dari unsur akal dan jiwa yang mengarahkan perilaku pada



suatu tindakan. Selanjutnya, Theodore bahwa kepribadian adalah organisasi sikap yang menentukan perilaku individu dalam bertindak. Sementara Brower berpendapat bahwa kepribadian adalah corak tingkah laku sosial individu yang meliputi kekuatan, dorongan, keinginan, opini, dan sikap-sikap seseorang.

Berdasarkan pendapat para ahli tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kepribadian merupakan perpaduan unsur-unsur biologis, psikologis, dan sosiologis dalam diri individu yang mendasari terbentuknya sikap dan perilaku yang mengarahkan pada tindakan untuk melakukan interaksi dengan lingkungan atau pencapaian tujuan tertentu.

Adapun tujuan yang ingin dicapai didasarkan pada suatu kebutuhan yang mendorong timbulnya keinginan untuk mencapainya. Selanjutnya, distimuli oleh rangsangan atau stimulus yang di respon oleh persepsi yang didasarkan pada kemampuan kognitif, afektif, dan konatif yang menentukan terbentuknya sikap yang bermuara pada pilihan yakni menerima atau menolak objek sikap tersebut.

Teori perilaku terencana (*theory of planned behavior*) yang dikemukakan Ajzen (dalam Romansyah, 2011) mengemukakan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi seseorang berperilaku, meliputi: 1) kepercayaan atau keyakinan, 2) sikap, 3) keinginan berperilaku, dan 4) perilaku sesungguhnya. Selanjutnya Ajzen mengemukakan bahwa: beberapa hasil penelitian menunjukkan bahwa keinginan berperilaku tidak selalu mengarah pada perilaku aktual yang disebabkan oleh adanya keterbatasan. Hal ini ditunjukkan melalui susunan terjadinya perilaku yang diawali dari persepsi individu terhadap suatu objek dan dievaluasi melalui proses kognitif, afektif dan niat perilaku yang selanjutnya membentuk sikap yang mengacu pada niat atau hasrat seseorang untuk berperilaku nyata. Dengan demikian, yang menentukan terjadinya perilaku nyata terletak pada kekuatan dorongan dalam diri seseorang yang dapat menggerakkan perilaku.

Berdasarkan pendapat tersebut, keinginan berperilaku (*intention behavior*) tidak dapat menjadi penentu perilaku yang sebenarnya, sehingga Ajzen menambahkan konsep efikasi diri (*self efficacy*) untuk mengarahkan keinginan berperilaku pada perilaku sesungguhnya. Terbentuknya perilaku didasarkan oleh motivasi dan kemampuan mempersepsikan lingkungan yang berkaitan dengan kebutuhan dan keinginan yang akan diaktualisasikan.

Dengan demikian, kepribadian merupakan sifat atau ciri-ciri yang dimiliki seseorang yang ditunjukkan melalui sikap dan perilaku yang dibentuk oleh unsur-unsur biologis, psikologis, dan sosiologis dan didasarkan pada kemampuan kognitif, afektif, dan konatif dalam merespon stimulus berkaitan dengan objek sikap yang mendasari terbentuknya perilaku yang mengarah pada suatu pilihan yakni menerima atau menolak untuk melakukan suatu tindakan ataupun berinteraksi dengan lingkungannya.

#### 4.2 Nilai-Nilai Kepribadian Kewirausahaan

Usaha kecil sering dianggap sebagai penggerak kewirausahaan. Beberapa alasan mendasari hal tersebut, berkaitan dengan peran wirausahawan dalam membangun perekonomian berbasis usaha kecil dan menengah, diantaranya adalah: 1) usaha skala kecil dan menengah memainkan perannya jauh lebih penting dari pada perusahaan besar dan 2) semangat kewirausahaan jauh lebih besar dan lebih mudah menyerap tenaga kerja dibanding perusahaan skala besar.

3) usaha kecil dan menengah tidak bergantung pada modal asing, sehingga tidak terpengaruh oleh gejolak krisis moneter.

Terjadinya krisis moneter di awal tahun 1997 berdampak pada meningkatnya jumlah pengangguran akibat pemutusan kerja pada beberapa industri besar yang menerima imbas dari krisis moneter. Timbulnya pengangguran besar-besaran juga berdampak pada masalah lain, seperti: meningkatnya angka kriminalitas, menurunnya tingkat kesehatan dan tingkat pendidikan masyarakat. Namun di sisi lain usaha kecil dan menengah tetap eksis dan mampu bertahan dalam kondisi perekonomian yang tidak menentu, bahkan memberikan



peluang bagi munculnya wirausahawan-wirausahawan baru. Hal ini dapat dipicu oleh beberapa faktor, diantaranya: desakan kebutuhan keluarga, menemukan dan memanfaatkan peluang usaha melalui ide-ide kreatif dan kemampuan inovasi untuk mengimplementasikan nilai-nilai kreatif dalam bentuk barang atau jasa baru dan berbeda. Tidak jarang di antara mereka menemukan kesuksesan dari usaha yang dibangun atas dasar kemauan yang kuat untuk mengubah jalur hidup yang serba kekurangan. Sejalan yang dikemukakan dalam teori *life path change* dari Shapero dan Sokol (1982).

Dalam upaya menanggulangi pengangguran, pemerintah melalui dinas-dinas terkait telah mengupayakan program-program pendidikan dan pelatihan berorientasi kewirausahaan. Selain itu pendidikan kewirausahaan telah dilaksanakan di tingkat pendidikan dasar dan menengah serta di beberapa perguruan tinggi. Di sisi lain program pendidikan dan pelatihan, nilai-nilai kepribadian berbasis kewirausahaan belum terinternalisasi dengan baik, merupakan salah satu faktor kurang berhasilnya beberapa program pemberdayaan masyarakat yang dilaksanakan oleh pemerintah.

Rahayu (2007) mengemukakan bahwa banyak proyek ataupun program pemerintah yang sudah dilakukan belum menunjukkan hasil yang signifikan. Sementara Lestari (2007) mengemukakan bahwa perkembangan usaha kecil menengah tidak hanya tumbuh dalam jumlah tetapi juga diupayakan agar jiwa semangat yang didasarkan pada nilai-nilai kepribadian kewirausahaan dalam diri wirausahawan dapat berkembang dengan baik. Oleh karena itu, program pengembangan wirausahawan di kalangan masyarakat diharapkan tidak hanya berorientasi pada peningkatan kemampuan dan keterampilan, tetapi perlunya pengembangan karakter kewirausahaan yang diharapkan mampu membangun sikap dan perilaku yang dapat mendorong terbentuknya jiwa dan semangat kewirausahaan.

Hasil penelitian Romansyah (2011) menemukan bahwa nilai-nilai kepribadian kewirausahaan, seperti: motivasi berprestasi, efikasi diri, dan komitmen berwirausaha memiliki pengaruh yang signifikan

terhadap kinerja wirausahawan. Dalam penelitiannya mengambil sampel pelaku usaha rumput laut sebanyak 387 orang di beberapa kabupaten provinsi Sulawesi Selatan. Dari hasil penelitian tersebut, ditemukan bahwa kurangnya internalisasi nilai-nilai kepribadian dalam program pendidikan dan pelatihan yang dilaksanakan berdampak pada kurang berkembangnya kinerja wirausahawan rumput laut. Terkait dengan hal tersebut, fenomena yang ditemukan di beberapa kabupaten penghasil rumput laut, beberapa pelaku usaha rumput laut berskala kecil masih menggunakan teknik budi daya dan masa panen yang kurang tepat, sehingga produk yang dihasilkan tidak berkualitas. Selain itu, beberapa di antara mereka menekuni usaha rumput laut hanya sebagai usaha sampingan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari, dan belum melakukan upaya pada pengembangan usaha, baik dalam hal teknis budidaya, produksi dan pemasarannya yang masih bergantung pada pihak tengkulak. Pada satu sisi usaha kecil rumput laut dapat memberikan kontribusi terhadap perbaikan taraf hidup wirausahawan, dimana selain memiliki nilai ekonomis, potensinya cukup besar, pangsa pasar dan harganya cukup baik.

Berkaitan dengan hal tersebut, sebaiknya program pemberdayaan masyarakat dalam kegiatan pembinaan dan pelatihan tidak hanya berorientasi pada peningkatan produktivitas melalui penguatan materi pelatihan, tetapi juga pada pengembangan karakter kewirausahaan berorientasi nilai-nilai kepribadian yang menjadi dasar terbentuknya jiwa, semangat, sikap dan perilaku kewirausahaan. Sehingga diharapkan nantinya program-program pelatihan dan pembinaan dapat memberikan efek kepada masyarakat dalam menjalankan usahanya.

#### 4.3 Pengembangan Nilai-Nilai Kepribadian Kewirausahaan

Menyikapi permasalahan pendidikan dan pelatihan kewirausahaan saat ini lebih menekankan pada penguasaan materi dan mengesampingkan pengembangan nilai-nilai kepribadian kewirausahaan, sehingga tidak jarang terjadi sejumlah program



pelatihan yang dilaksanakan oleh pihak pemerintah melalui dinas-dinas terkait tidak memberikan efek pada sikap dan perilaku peserta didik. Hal ini berdampak pada beberapa program kegiatan pendidikan dan pelatihan tidak berjalan sebagaimana yang diharapkan mampu menciptakan wirausahawan-wirausahawan tangguh dan mandiri serta inovatif. Selain itu, peran fasilitator belum mampu menciptakan metode pengajaran berbasis nilai, yang dapat menghasilkan output pendidikan yang berkualitas. Dengan kata lain, bahwa kurangnya kesiapan dan perhatian pengajar terhadap metode mengajar untuk mentransformasikan nilai-nilai kepribadian kewirausahaan kepada peserta didik, menyebabkan program pendidikan dan pelatihan belum memberikan efek dari hasil belajar.

Metode mengajar yang lebih berorientasi pada penguatan materi kognitif dan pengembangan keterampilan, tanpa memperhatikan internalisasi nilai-nilai kepribadian berorientasi kewirausahaan dapat berdampak pada kurang optimalnya pengembangan sikap dan perilaku kewirausahaan peserta didik. Sementara di sisi lain nilai-nilai kepribadian merupakan dasar untuk menanamkan semangat dan jiwa kewirausahaan peserta didik.

Nilai-nilai kepribadian berorientasi kewirausahaan ditunjukkan melalui sikap dan perilaku wirausahawan dalam menjalankan usahanya dengan memadukan kemampuan kognitif, afektif, dan psikomotorik terhadap stimulus yang timbul. Program pendidikan dan pelatihan kewirausahaan dituntut tidak hanya sebatas pada penguasaan materi, tetapi lebih pada proses pemaknaan materi yang mampu memberikan efek dalam kehidupan nyata para peserta didik, dan selanjutnya mengantarkan pada proses pemaknaan hidup dan pengembangan nilai-nilai yang akan membentuk kepribadian individu.

Proses transformasi nilai-nilai kepribadian melalui program pembinaan dan pelatihan mengacu pada proses pembentukan karakter kewirausahaan yang dapat membentuk sikap dan perilaku wirausahawan dalam melakukan tindakan yang berorientasi kewirausahaan. Mulyani, dkk (2010) mengemukakan bahwa: proses

transformasi nilai-nilai kepribadian dapat dilakukan melalui kebebasan dalam pengelolaan pendidikan yang diharapkan mampu menemukan strategi pengelolaan pendidikan yang lebih baik yang mampu menghasilkan output pendidikan yang berkualitas baik dilihat dari kualitas akademik maupun non akademik.

Kualitas akademik yang dimaksud adalah kualitas peserta didik yang terkait dengan bidang ilmu, sedangkan kualitas non akademik berkaitan dengan kemandirian untuk mampu bekerja di kantor dan membuka lapangan kerja sendiri. Adapun syarat yang harus dipenuhi dalam melaksanakan proses pendidikan, antara lain seperti dikemukakan oleh Sadulloh (2007), antara lain: 1) terciptanya hubungan edukatif yang baik antara pendidik dan terdidik, 2) tersedianya sarana dan perlengkapan pendidikan sesuai dengan kebutuhan, 3) terciptanya suasana yang memadai serta mendukung terlaksananya proses transformasi nilai-nilai dalam suasana yang menyenangkan. Nilai-nilai kepribadian berorientasi kewirausahaan antara lain adalah: kejujuran, keberanian menghadapi risiko, kedisiplinan, komitmen, keyakinan diri, berorientasi sukses, berorientasi ke depan, dan dapat dipercaya.

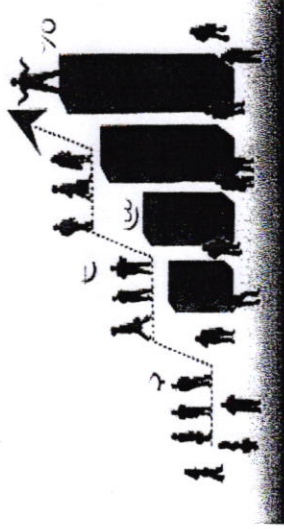
Pengimplementasian pendidikan berbasis nilai seperti diungkapkan oleh Sihombing (Prasetyo, 2009) bahwa hasil pelatihan tidak hanya berorientasi pada penguasaan materi, namun juga pada penguasaan dan penghayatan nilai-nilai kewirausahaan itu sendiri. Adapun instrumen pengukuran keberhasilan implementasi nilai-nilai kepribadian kewirausahaan tersebut meliputi aspek kognitif, afektif dan psikomotor terkait materi pelatihan yang disampaikan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku dengan melakukan penguatan pada unsur-unsur yang berkaitan dengan intensi kewirausahaan, motivasi berprestasi, kemandirian, efikasi diri, dan keberanian menghadapi risiko.

Menurut Soemahamidjaja (1997:14-15) bahwa individu sebagai objek kewirausahaan didasarkan pada nilai-nilai kepribadian, seperti: kemampuan merumuskan tujuan hidup atau tujuan usaha,



motivasi berprestasi, inisiatif, kreatif dan inovatif, kemampuan membentuk dan mengatur modal atau barang modal, mengatur waktu yang tepat, kejujuran, dan terbiasa mengambil hikmah dari pengalaman yang baik maupun menyakitkan. Selanjutnya, Geoffrey G. Meredith (dalam Handayani, 2007) bahwa jiwa kewirausahaan dapat dibentuk melalui proses pembudayaan yang diintegrasikan dalam pembelajaran. Dengan demikian kewirausahaan tidak cukup hanya mengandalkan bakat tanpa didasarkan pada pengetahuan dan keterampilan. Kewirausahaan dapat dibangun melalui proses pendidikan dan pelatihan melalui internalisasi nilai-nilai kepribadian untuk membentuk jiwa, semangat, sikap dan perilaku kewirausahaan.

## BAB V



## KINERJA WIRAUSAHAAN

### 5.1 Konsep Kinerja Wirausahawan

Wirausahawan yang sukses umumnya memiliki kompetensi yang ditunjukkan oleh sikap dan perilakunya dalam menjalankan usaha. Sikap dan perilaku yang terarah dapat membantu seseorang mencapai prestasi atau kinerja yang diharapkan. Istilah kinerja berasal dari istilah *job performance* atau *actual performance* yaitu prestasi kerja atau prestasi yang sesungguhnya dicapai oleh seseorang. Sementara pengertian kinerja atau prestasi usaha adalah hasil kerja yang dicapai perusahaan, baik dalam hal kualitas maupun kuantitas dalam kurun waktu tertentu. Beberapa pendapat para pakar mengenai kinerja dapat dikemukakan berikut:

Robbins (2001:173) menjelaskan bahwa kinerja merupakan fungsi interaksi antara kemampuan atau *ability* (A), motivasi atau *motivation* (M) dan kesempatan atau *opportunity* (O) yang dapat dinyatakan dalam formula kinerja =  $f(A \times M \times O)$ . Formulasi kinerja merupakan fungsi dari kemampuan, motivasi, dan kesempatan.

Hersey dan Blanchard (dalam Veithzal, 2005:14-15) mengemukakan bahwa kinerja merupakan suatu fungsi dari kemampuan dan motivasi. Pendapat Robbins dan Hersey tersebut, keduanya terdapat kesamaan persepsi terhadap formulasi fungsi



kinerja, yaitu: kemampuan dan motivasi. Adapun *Ability* (A) merupakan kemampuan dalam melaksanakan tugas dengan memanfaatkan sumber daya secara efisien dan efektif guna mencapai hasil yang optimal. Selanjutnya *Motivation* (M) merupakan keinginan kuat yang timbul dalam diri seseorang yang mempengaruhi sikap dan perilaku mengarah pada tindakan untuk mencapai hasil maksimal. Sedangkan *Opportunity* (O) merupakan peluang atau kesempatan yang dimiliki seseorang dalam menjalankan tugas dan memanfaatkan waktu untuk mencapai hasil tertentu. Adapun fungsi dari *motivation* menurut Robbins (2001:173) dinyatakan dalam formulasi  $M = (V \times E \times I)$ . Adapun simbol V merupakan *valence* atau valensi yaitu kekuatan relatif dari keinginan dan kebutuhan seseorang yang paling dibutuhkan. Selanjutnya E atau *expectancy* merupakan harapan seseorang untuk mendapat hasil dari perilaku tertentu. Sedangkan I atau *instrumentality* merupakan besarnya kemungkinan terpenuhinya kebutuhan dari hasil kerja secara efektif. Dengan demikian, tingkat keberhasilan seseorang mencapai kinerja yang diharapkan, ditentukan oleh adanya keinginan yang kuat muncul dalam diri dalam diri seseorang, serta kemampuan untuk melakukan yang terbaik dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki, dan memiliki peluang atau kesempatan untuk melaksanakan aktivitas yang diperlukan secara optimal.

Selanjutnya, Veithzal (2005 :309) mengemukakan bahwa kinerja merupakan perilaku nyata yang ditampilkan seseorang sebagai prestasi kerja yang dihasilkan. Sementara Williams (2002:70) mengemukakan bahwa kinerja lebih berkaitan dengan hasil atau *output* dari suatu proses atau perilaku dalam menjalankan pekerjaan secara efektif dan efisien. Pendapat tersebut di atas dapat saling melengkapi yang menjelaskan bahwa kinerja merupakan proses atau perilaku yang berorientasi pada tindakan yang memanfaatkan sumberdaya secara efektif dan efisien untuk menghasilkan luaran (*output*) yang diharapkan.

Latif (2002:377) mengemukakan bahwa kinerja individu dapat dilihat dari tiga komponen utama dalam menjalankan aktivitasnya, yaitu: perilaku yang sesuai, motivasi, dan kemampuan manajemen atau *managerial skill*. Sementara Boyatzis, Spencer & Spencer (dalam Bird, 2002:15) mengemukakan bahwa kompetensi atau kemampuan merupakan karakteristik yang mendasari seseorang menghasilkan sesuatu yang efektif atau kinerja yang superior dalam bekerja. Kemampuan atau *competencies*, terdiri dari: 1) *attitudes/traits* (sikap); 2) *knowledge/experience* (pengetahuan atau pengalaman); dan 3) *skills/abilities* (keterampilan atau keahlian). Dengan demikian kinerja adalah hasil atau prestasi yang dapat dicapai oleh seseorang melalui kemampuan, keinginan dan kesempatan yang dimiliki yang ditunjukkan melalui perilaku nyata dengan memanfaatkan sumber daya secara efektif dan efisien untuk mencapai luaran (*output*) yang diharapkan.

Harapan untuk mencapai kinerja, dicirikan dengan motivasi mereka untuk mencapai keberhasilan (Chu, 2000:3), selanjutnya keberhasilan yang akan dicapai tersebut tidak terlepas dari peranan faktor ketekunan dan komitmen yang kuat (Siu dan Klandt, 2000:9), serta keinginan yang kuat dan berorientasi kewirausahaan (Man *et. al.*, 2005:4). Dengan demikian, harapan bagi wirausahawan untuk mencapai prestasi atau kinerja, berhubungan dengan motivasi berprestasi, ketekunan, komitmen, dan keinginan yang kuat dan berorientasi kewirausahaan. Sementara Lee (2001:7) mengemukakan bahwa: orientasi kewirausahaan (*entrepreneurial oriented*) merupakan kepribadian wirausahawan atau *entrepreneur personality*. Orientasi kewirausahaan tersebut, terdiri dari: 1) *Achievement Motivation* atau motivasi berprestasi; 2) *Locus of Control* atau letak kendali; 3) *Self-Reliance* atau percaya diri; 4) *Extroversion* atau kepedulian; 5) *Innovating* atau inovasi; 6) *Acting Proactivity* (*Proactiveness*) atau bertindak proaktif; 7) *Managing Risks* (*risk taking*) atau mengambil risiko.



## 5.2 Penilaian Kinerja

Beberapa pendapat para pakar dalam menilai kinerja, umumnya berfokus pada tiga aspek, yaitu: aspek kemampuan atau keterampilan (*skill*), aspek aksi atau perilaku dan aspek hasil.

Gomes (2003:137) mengemukakan tiga tipe dalam menilai kinerja, yaitu: 1) *result based performance evaluation* yaitu penilaian kinerja berdasarkan pencapaian hasil akhir; 2) *behavior based performance evaluation* atau penilaian kinerja atas dasar perilaku individu atau kelompok dalam menjalankan tugasnya dengan menitikberatkan pada *quantity of work, quality of work, job knowledge, initiative, reliability, interpersonal competence, loyalty, dependability*, dan *personal qualities*; dan 3) *judgment performance evaluation* atau penilaian kinerja atas dasar kesesuaian tujuan.

Penilaian kinerja yang dikemukakan di atas menekankan pada dua aspek, yaitu aspek hasil dan aspek perilaku. Dari aspek hasil, kinerja dinilai berdasarkan hasil yang diperoleh dari seluruh aktivitas dan kesesuaian tujuan usaha. Sedangkan aspek perilaku, kinerja dinilai berdasarkan kesesuaian perilaku dengan prosedur atau aturan yang ditentukan.

Scarpello, et. al., (1995:5) mengemukakan tiga tipe yang digunakan dalam menilai kinerja, yaitu: 1) penilaian berdasarkan sifat, seperti kepribadian yang menyenangkan, inisiatif, atau kreativitas, ramah tamah, dan sikap agresif, 2) penilaian berdasarkan perilaku, seperti perilaku yang memperlihatkan karyawan seperti seorang bawahan yang secara cuma-cuma memberikan saran atau ide untuk menyelesaikan masalah yang berhubungan dengan pekerjaan, menolak membocorkan rahasia pada yang lainnya, dan 3) penilaian berdasarkan hasil, seperti penjualan atau sejumlah produksi, jumlah kesalahan yang dibuat ketika mengetik surat, dan kualitas produksi. Pendapat ini tidak jauh berbeda dengan pendapat sebelumnya. Keduanya menggunakan pendekatan *non-financial*, bedanya dalam penilaian ini tidak memasukkan unsur kesesuaian antara perilaku dengan ketentuan yang ada.

Pendapat tersebut di atas menjelaskan bahwa menilai kinerja tidak selamanya berorientasi pada pencapaian laba atau pendekatan *financial* yang didasarkan penilaian objektif, tetapi juga menggunakan pendekatan *non-financial* yang didasarkan pada penilaian subjektif. Selanjutnya baik menggunakan pendekatan *profit* maupun *non-profit*, menilai kinerja dapat dilakukan melalui cara membandingkan hasil yang diperoleh sekarang dengan masa yang lalu.

Noe (2003:336) mengemukakan beberapa pendekatan yang dapat digunakan untuk mengukur kinerja, yaitu: 1) pendekatan perbandingan (*The Comparative Approach*), yaitu: penilaian kinerja dengan membandingkan kinerja individu dengan yang lain; 2) pendekatan atribut (*the attribute approach*), yaitu: penilaian kinerja yang berfokus pada atribut individu (karakter atau sifat); dan 3) pendekatan perilaku (*the behavioral approach*), yaitu: penilaian kinerja yang didasarkan atas perilaku individu dalam bekerja; 4) pendekatan hasil (*the result approach*), yaitu penilaian kinerja yang didasarkan atas pencapaian sasaran dan hasil yang dicapai individu atau kelompok kerja; 5) pendekatan kualitas (*the quality approach*), yaitu: penilaian kinerja yang berorientasi pada pasar dan menghindari kesalahan.

Pendekatan tersebut melengkapi beberapa pendekatan penilaian sebelumnya dengan memasukkan unsur kualitas kerja dan orientasi pasar. Lumpkin dan Dess (2001:4), mengemukakan dimensi kinerja untuk menilai kinerja wirausahawan yaitu: inovasi (*innovativeness*), kreativitas (*creativity*), proaktif (*proactiveness*), dan pengambilan risiko (*risk-taking*). Sementara Latif (2002:378-379) mengemukakan beberapa indikator untuk menilai kinerja, yaitu: 1) kemampuan berkomunikasi dengan karyawan ataupun dengan pihak lain, 2) kemampuan membuat keputusan sendiri, 3) mampu menyelesaikan masalah usaha (pemasaran, keuangan dan lain-lain), 4) mampu mendelegasikan pekerjaan dengan baik, dan 5) kemampuan merespon perubahan yang terjadi berkaitan dengan usaha yang dijalankan. Kedua pendapat yang dikemukakan tersebut lebih



menitikberatkan pada penilaian kinerja berdasarkan perilaku individu dalam menjalankan tugas sesuai atau melebihi dari standar kerja yang ditetapkan.

Kesulitan dalam berkomunikasi dapat disebabkan oleh: perbedaan bahasa; karakter atau sifat seseorang seperti: takut salah menyampaikan, kurang percaya diri pada tutur kata, memiliki rasa segan yang berlebihan; pendiam, dan kurang menguasai pekerjaannya. Kesulitan ini dapat menyebabkan terjadinya keterlambatan dan kesalahan yang dilakukan oleh seseorang dalam menjalankan tugasnya karena kurang merespon informasi. Dengan komunikasi dua arah akan terdapat umpan balik, sehingga akan tercipta komunikasi yang hidup, dinamis, dan masing-masing pihak akan aktif serta dapat memberikan pendapatnya mengenai masalah yang dikomunikasikan. (Walgito, 2004:205).

Kemampuan membuat keputusan memerlukan keahlian khusus dengan menggabungkan antara pengetahuan, pengalaman, dan keberanian untuk menerima konsekuensi. Pengambilan keputusan yang hanya dilandasi oleh faktor keberanian saja, tidak cukup tanpa dilandasi pengetahuan dan penguasaan masalah yang dihadapi. Demikian halnya dengan pengalaman yang dimiliki dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan. Pengetahuan dan pengalaman sangat membantu seseorang dalam mengambil keputusan dengan cepat dan tepat dan mempengaruhi tingkat keberanian seseorang untuk mengambil suatu sikap untuk bertindak.

Kemampuan menyelesaikan permasalahan usaha, seperti pemasaran, produksi dan keuangan merupakan permasalahan utama yang dihadapi oleh wirausahawan, baik pada usaha berskala kecil maupun besar. Kemampuan dalam pendistribusian produk, baik dalam hal waktu dan jumlah dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen demikian halnya berkaitan dengan tingkat harga produk. Kendala lain yang dihadapi oleh sebagian besar wirausahawan adalah keterbatasan dalam mengakses informasi pemasaran dan sumber permodalan, sehingga berdampak pada kecenderungan wirausahawan

mengantungkan harapan pada pedagang pengumpul dan pemilik modal yang menentukan harga jauh dari harga pasar yang semestinya. Tidak jarang dari mereka mengalami kebangkrutan akibat adanya praktek ijon yang masih marak terjadi. Hal ini dapat terjadi karena kurangnya pengetahuan dalam pemasaran, mengelola keuangan dan melakukan proses pencatatan keuangan yang memadai.

Kemampuan mendelegasikan tugas penting untuk dilakukan, terutama dalam menghadapi permasalahan usaha yang semakin kompleks yang menuntut adanya pendelegasian tugas atau pekerjaan. Dengan mendelegasikan sebagian tugas kepada yang lain berdasarkan kemampuan yang dimiliki, akan membantu meringankan beban tugas dan memperlancar aktivitas usaha. Selain kemampuan mendelegasikan tugas, kemampuan merespon perubahan yang terjadi berkaitan dengan usaha yang dijalankan penting agar dapat memberikan ruang gerak bagi wirausahawan dalam melakukan langkah-langkah persiapan dan menyesuaikan dengan perubahan yang terjadi baik yang sifatnya mengancam kelangsungan usaha maupun yang sifatnya memberikan kontribusi bagi kelancaran usahanya.

Dalam penelitian Reijonen dan Komppula (2007:6), menilai kinerja usaha kecil dengan menggunakan pendekatan *non-financial* yang didasarkan pada dimensi tujuan subjektif wirausahawan, yaitu: 1) kepuasan pelanggan (*customer respect*), 2) penghormatan pelanggan (*customer respect*), 3) kepuasan kerja (*job satisfaction*), 4) kualitas produk yang dihasilkan (*quality of products*), dan 5) kehidupan yang layak (*reasonable living*). Dari hasil penelitian Reijonen dan Komppula ditemukan bahwa keberhasilan wirausahawan yang didasarkan pada pendekatan *non-financial* mempengaruhi sikap dan perilaku wirausahawan terhadap kinerja usaha.

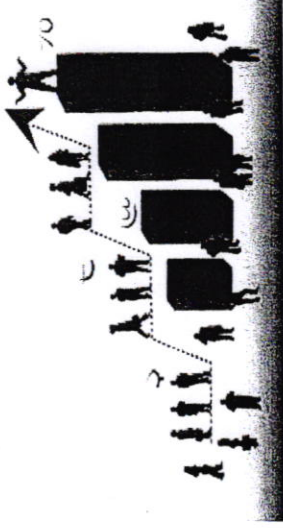
Berdasarkan beberapa pendapat para ahli, maka indikator kinerja usaha yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada dimensi yang dikembangkan Reijonen dan Komppula (2007:12) dan



Latif (2002) yang menekankan pada aspek non-finansial bagi kesuksesan wirausahawan. Indikator penilaian kinerja yang digunakan dalam penelitian ini merupakan ukuran kesuksesan wirausahawan yang dapat mempengaruhi kinerja usaha yang dijalankan.

Wirausahawan tidak cenderung menganggap bahwa maksimalisasi laba adalah penting, tetapi membangun kehidupan yang lebih layak atau lebih baik dianggap sebagai tujuan yang lebih penting dibandingkan dengan menghasilkan laba. Adapun indikator yang digunakan dalam menilai kinerja wirausahawan di kabupaten Takalar adalah: tingkat kemampuan dalam menyelesaikan permasalahan usaha yang digunakan dalam penelitian (Latif, 2002:378-379). Permasalahan usaha yang berkaitan dengan aspek pemasaran dalam penelitian ini adalah berkaitan dengan pengembangan pasar, meliputi: jumlah daerah pemasaran, jumlah konsumen yang dilayani, dan jumlah penjualan. Sedangkan aspek pemesanan dalam penelitian ini bertalian dengan jumlah pemesanan pelanggan baru melalui pelanggan lama, kesesuaian berdasarkan pembayaran di muka, dan bentuk pemesanan.

## BAB V



### MOTIVASI BERPRESTASI (ACHIEVEMENT MOTIVATION)

#### 6.1 Pengertian Motivasi

Motivasi berasal dari kata *move* yang artinya bergerak atau terdorong. Dengan demikian pengertian motivasi berkaitan dengan faktor pendorong atau penggerak. Motivasi merupakan dorongan yang timbul dari dalam diri seseorang yang disebabkan oleh adanya stimulus yang berkaitan dengan beberapa faktor, yaitu: 1) objek sikap, 2) kebutuhan dan 3) keinginan yang kuat untuk mencapainya. Dengan demikian motivasi yang kuat, dapat mempengaruhi perilaku seseorang untuk melakukan tindakan. Berikut pendapat para ahli mengenai pengertian motivasi.

Hersey dan Blanchard (dalam Robbins, 2001:424) mengemukakan bahwa: perilaku manusia pada umumnya dimotivasi oleh keinginan untuk memperoleh tujuan tertentu. Apabila seseorang sudah siap beraktivitas untuk kebutuhannya, maka dorongan sedikitpun perlu dimiliki untuk membuatnya dapat bergerak. Dengan kata lain bahwa bahwa keinginan yang kuat dapat mempengaruhi motivasi seseorang dan selanjutnya dapat mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang untuk melakukan tindakan untuk mencapai suatu hasil.



Selanjutnya Gibson (dalam Winardi, 2004:4) mengemukakan bahwa motivasi merupakan sebuah konsep yang digunakan apabila kita menerangkan kekuatan-kekuatan yang mempengaruhi seseorang, menginisiasi dan mengarahkan perilakunya untuk mencapai tujuan atau keinginannya. Dengan demikian timbulnya motivasi karena adanya kekuatan yang timbul bertalian dengan kebutuhan yang mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang untuk melakukan suatu tindakan pencapaian tujuan tertentu. Hal yang senada yang dikemukakan oleh Robbins (2001:212-213) bahwa motivasi merupakan kehendak atau niat untuk memacu usaha ke arah yang lebih baik guna mencapai tujuan organisasi dan terkondisi akibat keinginan memuaskan kebutuhan dirinya.

Selanjutnya Locke dan Latham (2004:6) mengemukakan bahwa motivasi mengacu pada dua faktor yang mendorong seseorang bertindak yaitu faktor internal yang timbul karena adanya kebutuhan dan keinginan dan faktor eksternal yang merupakan rangsangan atau stimulus yang mendorong seseorang bertindak untuk mencapainya. Sementara Kressler (2003:3) mengemukakan bahwa : ada tiga faktor yang dapat menciptakan motivasi dalam diri individu, yaitu: 1) adanya hasrat atau keinginan yang kuat, 2) stimulus atau rangsangan yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan seseorang, dan 3) cara berpikir atau menanggapinya. Pengertian ini menjelaskan bahwa kekuatan internal terdiri dari: hasrat atau keinginan dan kemampuan berpikir. Kedua pendapat tersebut menjelaskan bahwa pada dasarnya motivasi merupakan dorongan keinginan atau hasrat yang kuat yang ditimbulkan oleh faktor internal dan eksternal. Seseorang yang memiliki hasrat atau keinginan yang kuat untuk mencapai suatu tujuan merupakan kekuatan internal, dengan kemampuan berpikirnya dapat mengarahkan perilakunya pada tujuan yang ingin dicapai. Dengan demikian motivasi tidak hanya bersumber dari kekuatan internal individu, tetapi juga adanya kekuatan eksternal berupa stimulus yang

berkaitan dengan kebutuhan seseorang yang mendorong sikap dan perilaku individu pada pencapaian tujuan.

Ford (dalam Alderman, 2004) mengemukakan tiga fungsi psikologis dari pengetahuan dasar motivasi, yaitu: 1) terdapatnya kekuatan atau dorongan yang mengaktifkan perilaku, 2) kekuatan yang mengarahkan perilaku pada suatu tindakan, 3) kekuatan yang mengarahkan perilaku pada tujuan yang ingin dicapai. Ke tiga hal tersebut merupakan unsur pendorong yang mengarahkan perilaku seseorang untuk melakukan tindakan pencapaian tujuan. Pendorong atau kekuatan tersebut disebut sebagai faktor motivator.

Adapun faktor motivator menurut Teori Herzberg (dalam Shipley, 2007:2) bahwa: faktor motivator terkait dengan variabel instrinsik terhadap hasil pekerjaan seseorang, termasuk prestasi, pengakuan, dan pekerjaan itu sendiri, tanggung jawab, kemajuan dan pertumbuhan. Penjelasan dari Teori Herzberg tersebut menekankan pada faktor intrinsik sebagai sumber kekuatan timbulnya motivasi seseorang akibat sesuatu yang berkenaan dengan kebutuhan prestasi, pengakuan, tanggung jawab, kemajuan dan pertumbuhan yang akan dicapai. Sementara Kressler (2003:6) mengemukakan bahwa: motivasi tidak hanya bersifat relatif tetapi bergantung pada keadaan atau kondisi individu. Setiap kebutuhan memiliki kekuatan yang berbeda-beda sesuai dengan tingkat kepentingannya dan tergantung pada kekuatan relatif yang mempengaruhi individu, seperti situasi dan kondisi individu, budaya, dan sosial.

Berdasarkan pendapat para pakar tersebut di atas, maka dapat dikemukakan bahwa: motivasi merupakan faktor intrinsik yang melekat dalam diri seseorang yang dapat mengarahkan perilakunya untuk memenuhi kebutuhan prestasi, pengakuan, bekerja, bertanggung jawab, dan maju. Motivasi intrinsik timbul karena adanya desakan keinginan atau motif yang kuat yang bersumber dari dalam diri individu yang menjadi kebutuhan yang harus dipenuhi. Selain faktor intrinsik, motivasi juga ditimbulkan oleh faktor ekstrinsik berupa adanya rangsangan atau stimulus yang berkaitan dengan kebutuhan



seseorang. Sehingga jika objek stimulus memiliki hubungan dengan kebutuhan atau motif seseorang, maka akan semakin menambah motivasi seseorang untuk berperilaku atau melakukan suatu tindakan yang mengarah pada pencapaian tujuan. Selain faktor kebutuhan dan keinginan, juga cara berpikir atau mempersepsikan stimulus merupakan faktor timbulnya motivasi.

Mempersepsikan stimulus ditentukan oleh cara individu merespon dan mengevaluasi objek sikap melalui kemampuan kognitif, afektif, dan konatif yang berkaitan dengan kebutuhan dan keinginan individu yang selanjutnya mempengaruhi sikap dan perilaku yang dapat mempengaruhi motivasi individu untuk melakukan tindakan pada pencapaian tujuan.

## 6.2 Pengertian Motivasi Berprestasi

Motivasi berprestasi merupakan perkembangan dari pengetahuan dasar motivasi yang berhubungan dengan kebutuhan akan prestasi. Motivasi berprestasi dapat diartikan sebagai suatu dorongan yang timbul dari dalam diri seseorang untuk melakukan suatu kegiatan atau tugas dengan sebaik-baiknya agar mencapai prestasi atau kinerja. Konsep motivasi berprestasi yang menggunakan istilah *Nach* atau *need for achievement* pertama kali dipopulerkan oleh McClelland (dalam Cuervo, 2007:139) yang mengasumsikan bahwa: *N-Ach* merupakan kekuatan psikologis yang mendorong individu untuk melakukan sesuatu yang terbaik untuk mencapai kinerja atau prestasi. Berikut beberapa pengertian motivasi berprestasi dari para ahli:

Davis dan Newstrom (2001:87) mengemukakan bahwa setiap orang cenderung mengembangkan pola motivasi tertentu sebagai hasil dari lingkungan budaya tempat orang itu hidup. Pola ini merupakan sikap yang mempengaruhi cara orang memandang pekerjaan dan menjalani kehidupan mereka, seperti dalam hal: berprestasi, berafiliasi, berkompetensi dan berkuasa. Dengan demikian, konsep motivasi berprestasi merupakan salah satu pengembangan dari pengetahuan motivasi yang didasarkan pada

kebutuhan dan keinginan individu untuk berprestasi, begitupun dengan motif-motif lainnya, seperti kebutuhan berafiliasi, berkompetensi, dan berkuasa. Motivasi berprestasi merupakan dorongan yang timbul dalam diri seseorang karena adanya kebutuhan untuk menghasilkan prestasi yang ditunjukkan melalui sikap dan perilakunya yang mengarah pada tindakan-tindakan yang berorientasi pada pencapaian prestasi.

Seseorang yang memiliki motivasi berprestasi umumnya memiliki kecenderungan melakukan usaha keras yang berorientasi pada pencapaian prestasi, mengharapkan prestasi yang lebih baik dari sebelumnya sesuai dengan keinginannya, cenderung melakukan hal-hal yang berbeda dan penuh tantangan untuk mencapai prestasi yang terbaik. McClelland (dalam Wayne, 2007:2) mengemukakan bahwa individu yang memiliki kebutuhan berprestasi ditunjukkan oleh adanya keinginan untuk mencapai keberhasilan atau prestasi. Selanjutnya Wigfield *et. al.*, (2002:1) mengemukakan bahwa seseorang yang memiliki motivasi berprestasi ditunjukkan melalui perilakunya yang berorientasi pada pencapaian prestasi melalui keinginan yang kuat untuk menyelesaikan tugas, tekun, semangat, dan mengutamakan kualitas pekerjaan dalam menjalankan aktivitasnya

Setiap orang memiliki motivasi berprestasi yang berbeda-beda tergantung pada kebutuhan dan tingkat keinginannya. Motivasi berprestasi antara wirausahawan dan manajer berbeda, di mana wirausahawan memiliki kebutuhan berprestasi yang lebih tinggi dibandingkan dengan manajer. Mescon dan Montanari (dalam Wayne, 2007:2) mengemukakan, bahwa beberapa studi mengindikasikan bahwa para wirausahawan memiliki motivasi berprestasi yang lebih tinggi dibanding para manajer. Selain tingkat kebutuhan berprestasi, juga tingkat keinginan dapat membedakan motivasi berprestasi seseorang dengan yang lainnya. Hal ini dapat disebabkan oleh perbedaan tingkat keinginan terhadap pemenuhan kebutuhan akan berprestasi yang ditunjukkan melalui perilakunya yang cenderung melakukan yang terbaik dari yang lainnya.



Heckhausen *et. al.*, (2008:181) mengemukakan bahwa motivasi berprestasi merupakan usaha keras yang dilakukan seseorang untuk meningkatkan kecakapan dirinya dalam beraktivitas, menggunakan standar keunggulan sebagai pembandingnya. Standar keunggulan dapat berupa, tingkat kesempurnaan hasil pelaksanaan tugas (berkaitan dengan tugas), perbandingan dengan prestasi sendiri sebelumnya (berkaitan dengan diri sendiri), dan perbandingan dengan prestasi orang lain. Hal tersebut mengisyaratkan motivasi berprestasi dapat memacu pembentukan kompetensi atau kemampuan yang perlu dimiliki untuk mencapai prestasi atau keunggulan. Sehingga seseorang yang memiliki motivasi berprestasi yang tinggi, diindikasikan memiliki keinginan untuk menggunakan seluruh kemampuannya untuk menghasilkan prestasi yang lebih tinggi dari sebelumnya atau prestasi orang lain.

Beberapa temuan dari Heckhausen *et. al.*, (2008:181) yang merupakan karakteristik seseorang yang memiliki motivasi berprestasi, antara lain adalah: 1) berorientasi sukses, yang diartikan sebagai perasaan optimis seseorang untuk meraih sukses dan berusaha untuk menghindari kegagalan; 2) berorientasi ke depan, yaitu cenderung membuat rencana atau persiapan yang dapat memberikan peluang sukses di waktu akan datang; 3) suka tantangan, yaitu: kecenderungan seseorang untuk memilih tugas-tugas atau kegiatan yang mengandung risiko kegagalan; dan 4) tangguh, yaitu keadaan seseorang dalam melakukan tugas atau aktivitasnya menunjukkan keuletan dan tidak mudah putus asa dan terus berusaha sesuai dengan kemampuan yang dimiliki. Bierly mengemukakan (2004:4) bahwa: motivasi berprestasi merupakan gairah atau semangat yang melibatkan kekuatan dan keberanian.

Gairah atau semangat dapat mempengaruhi perilaku seseorang dalam bertindak yang dapat ditunjukkan melalui: keuletan, ketekunan, dan bekerja lebih lama. Sementara Bandura (dalam Elliot, 2005:8) mengemukakan bahwa motivasi berprestasi sebagai motivasi kompetensi (*self competence motivation*) yang mengacu pada

kemampuan yang dimiliki untuk memecahkan masalah yang dihadapi. Seseorang yang memiliki motivasi berprestasi didasarkan pada semangat untuk melakukan yang terbaik dan berbeda dari yang lain dengan memanfaatkan kemampuan dimiliki. Baron (dalam Cardon, 2009:2) mengemukakan bahwa: semangat merupakan keadaan emosional yang positif, seperti semangat untuk meningkatkan kreativitas dan pengenalan pola-pola baru yang kritis dalam kesempatan eksplorasi dan eksploitasi dalam lingkungan yang tidak pasti dan penuh risiko.

Semangat dapat mempengaruhi aktivitas seseorang, sebagaimana yang dikemukakan oleh Braannback *et. al.*, (2006:3) mengemukakan bahwa gairah atau semangat dapat memotivasi, meningkatkan aktivitas mental, dan memberikan makna pada pekerjaan seseorang. Sehingga dengan semangat, kekuatan dan keberanian, maka seseorang wirausahawan dapat termotivasi untuk melakukan sesuatu yang melebihi orang lain. Motivasi berprestasi individu dapat ditunjukkan melalui semangat atau gairah seseorang yang didasarkan keinginan kuat untuk melakukan tindakan yang dapat menghasilkan prestasi.

Berdasarkan pendapat tersebut, dapat dikemukakan bahwa motivasi berprestasi merupakan kekuatan atau dorongan yang timbul dalam diri seseorang didasarkan oleh beberapa faktor, yaitu: kebutuhan, keinginan, niat, dan semangat yang tinggi. Tingkat motivasi berprestasi seseorang ditunjukkan melalui sikap dan perilakunya yang mengarah pada tindakan-tindakan yang dapat menghasilkan prestasi dengan menggunakan kemampuan atau keterampilan yang dimiliki. Adapun dimensi dari motivasi berprestasi yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada pendapat Heckhausen *et. al.*, (2008:181) bahwa seseorang yang memiliki motivasi berprestasi tinggi cenderung melakukan tindakan yang berorientasi sukses, berorientasi ke masa depan, menyukai tantangan yang sarat dengan risiko, dan tangguh.



### 6.3. Hubungan Motivasi Berprestasi dengan Perilaku Wirausahawan

Motivasi merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku seseorang. Motivasi berprestasi merupakan dorongan yang timbul dari dalam diri seseorang dan mengarahkan perilakunya untuk melakukan tindakan untuk pencapaian tujuan sesuai dengan kebutuhan prestasi yang diinginkannya. Seorang wirausahawan yang memiliki motivasi berprestasi yang tinggi cenderung mengarahkan perilaku dan kemampuan yang dimiliki untuk mencapai prestasi atau kinerja. Kemampuan yang dimaksud, antara lain adalah: kemampuan kreatif, inovatif, dan berani menerima tantangan yang sarat dengan risiko.

Venkataraman (dalam Collins *et. al.*, 2004:2) mengemukakan bahwa pemahaman tentang kewirausahaan tidak akan lengkap kecuali jika melibatkan motivasi berprestasi. Hal ini sesuai dengan salah satu karakteristik kewirausahaan yang menekankan pada upaya untuk menciptakan sesuatu yang terbaik. Dimana untuk menghasilkan yang terbaik diperlukan motivasi berprestasi yang kuat ditunjukkan oleh sikap dan perilaku individu yang cenderung kemampuan kreatif, inovatif, tindakan prestatif dengan melibatkan kemampuan kreatif, inovatif, keberanian menghadapi risiko, dan kemandirian. Baum *et. al.*, (2001:1) mengemukakan bahwa motivasi berprestasi merupakan jalan keluar bagi keberhasilan wirausahawan. Dengan demikian untuk mencapai kesuksesan wirausahawan, dapat dilakukan melalui motivasi berprestasi yang kuat yang didasarkan pada sikap dan perilaku yang mengarah pada tindakan-tindakan yang dapat menghasilkan prestasi.

Berelson (dalam Kenneth, 2000:14) mengemukakan bahwa motivasi adalah suatu desakan atau kekuatan dari dalam yang menggerakkan dan mengarahkan perilaku individu pada beberapa tujuan, dan menentukan suatu tujuan yang sesuai dengan kebutuhannya. Selanjutnya Collins, *et. al.*, (2004:2) mengemukakan bahwa pentingnya membangun sikap dan perilaku wirausahawan yang

didasarkan pada motivasi berprestasi. Hasil penelitian yang dilakukan Collins, menemukan bahwa motivasi berprestasi memiliki hubungan yang signifikan terhadap perilaku wirausahawan. Semakin tinggi motivasi berprestasi seseorang, maka semakin mendorong seseorang untuk melakukan tindakan yang dapat menghasilkan prestasi. Berdasarkan beberapa hasil penelitian tersebut, maka dapat dikemukakan bahwa: motivasi berprestasi merupakan dorongan yang kuat ditunjukkan melalui sikap dan perilaku yang mengarah pada tindakan-tindakan yang berorientasi kewirausahaan melalui kemampuan kreatif, inovasi, dan berani menerima risiko kegagalan serta mandiri untuk menghasilkan prestasi yang lebih baik dari sebelumnya.

### 6.4 Hubungan Motivasi Berprestasi dengan Komitmen Berwirausaha

Beberapa pengertian tentang motivasi berprestasi yang dikemukakan oleh para ahli pada intinya menekankan pada faktor-faktor yang berkaitan dengan perilaku wirausahawan, yaitu: menggerakkan perilaku, mengarahkan perilaku untuk bertindak, dan mengarahkan perilaku pada pencapaian prestasi. Faktor-faktor tersebut juga mengarah pada terbentuknya perilaku individu untuk memiliki komitmen dalam melakukan aktivitasnya. Beberapa hasil penelitian yang mendukung pernyataan tersebut, yaitu sebuah penelitian yang dilakukan oleh beberapa ahli, diantaranya:

Klandt (dalam Siu, *et. al.*, 2000:3-4) melakukan penelitian dengan mengkaji pengaruh variabel sikap, perilaku, dan motivasi berprestasi terhadap komitmen berwirausaha dengan mengambil sampel pengusaha Hong Kong. Hasil penelitian Klandt menemukan adanya pengaruh sikap, perilaku, dan motivasi berprestasi terhadap komitmen berwirausaha. Faktor-faktor tersebut telah memainkan peran terhadap ketekunan dan komitmen berwirausaha yang kuat untuk mencapai tujuan. Sementara Wong (dalam Man *et. al.*, 2005:3) mengemukakan bahwa sikap, perilaku, dan motivasi berprestasi dapat mempengaruhi komitmen berwirausaha seseorang karena adanya



pengaruh sosial, budaya dan ekonomi yang mendorong pengusaha melalui kegiatan yang berorientasi kewirausahaan untuk mencapai status sosial dan keberhasilan usaha.

Man *et. al.*, (2005:12) mengemukakan bahwa beberapa hal yang melatarbelakangi perkembangan kewirausahaan di Hong Kong, disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain: kehidupan masyarakat di masa lalu berada di bawah tekanan kolonialisme serta pemblokiran masyarakat untuk mendapatkan kesempatan kerja di bidang birokrasi, sehingga memaksanya terjun menjadi wirausahawan. Kesulitan hidup yang dialami di masa lalu memungkinkan mereka menjadi tekun, ulet, pekerja keras, memiliki motivasi berprestasi serta komitmen berwirausaha yang tinggi.

Lam (dalam Man *at. al.*, 2005:3) mengemukakan bahwa sikap keras para pengusaha telah dibangun dan dipelihara sejak masa kecil, serta sikap suka bekerja keras dan budaya hemat dari tradisi Cina merupakan modal awal yang terakumulasi untuk memulai sebuah bisnis. Selanjutnya Chu (2000:4) dalam penelitiannya menemukan pengaruh motivasi berprestasi dan ketekunan terhadap komitmen berwirausaha. Keinginan yang kuat untuk mencapai prestasi yang tinggi dicirikan oleh adanya motivasi berprestasi yang kuat dan ketekunan untuk mencapai prestasi, dan keberhasilan yang dicapai tersebut tidak terlepas dari peranan faktor komitmen berwirausaha yang kuat. Berdasarkan hasil penelitian dari beberapa ahli tersebut di atas menunjukkan bahwa dengan membangun sikap dan perilaku yang berorientasi kewirausahaan dapat menambah motivasi berprestasi dan komitmen berwirausaha dan selanjutnya mengarahkan perilaku individu pada tindakan yang dapat menghasilkan kinerja atau prestasi.

## 6.5 Hubungan Motivasi Berprestasi dengan Kinerja

Motivasi berprestasi merupakan salah satu karakteristik kewirausahaan yang perlu dimiliki oleh seorang wirausahawan. Beberapa yang mendasari timbulnya motivasi berprestasi dalam diri seseorang adalah adanya stimulus, sikap, kebutuhan, dan keinginan

yang mengarahkan perilaku individu terhadap tindakan-tindakan yang berorientasi pada pencapaian kinerja atau prestasi.

McClelland (dalam Mangkunegara, 2002:104) mengemukakan bahwa terdapat hubungan yang positif antara motivasi berprestasi dengan pencapaian prestasi kerja (kinerja). Hasil penelitian tersebut dapat diinterpretasikan bahwa semakin tinggi motivasi berprestasi seseorang, maka semakin besar kemungkinan seseorang untuk menghasilkan kinerja atau prestasi. Demikian pula sebaliknya, motivasi berprestasi yang rendah dapat berdampak pada kinerja yang semakin menurun.

Dorongan yang timbul dari dalam diri seseorang untuk mencapai prestasi yang diinginkan akan mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang mengarah pada tindakan-tindakan prestatif dengan memanfaatkan sumber daya secara efisien dan efektif. Kecenderungan seseorang untuk mencapai suatu prestasi tertentu mendorong seseorang untuk menentukan tindakan-tindakan prestatif yang lebih baik dari sebelumnya, dengan mempersiapkan sumber daya yang dimiliki secara efisien dan efektif guna mencapai hasil yang maksimal.

Sejalan dengan hasil penelitian Turner *et. al.*, (2009) yang mengkaji pengaruh motivasi berprestasi dan efikasi diri terhadap kinerja usaha dengan menggunakan responden wirausahawan sebanyak 264 orang. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa: motivasi berprestasi dan efikasi diri mempunyai pengaruh terhadap kinerja usaha. Dengan demikian, selain adanya keinginan atau hasrat yang kuat yang mendorong seseorang untuk melakukan tindakan prestatif, juga didorong oleh adanya keyakinan diri terhadap kemampuan yang dimiliki untuk mampu melaksanakan kegiatan yang dibutuhkan untuk mencapai hasil yang maksimal.

Schindehutte *et. al.*, (2006:12) melakukan penelitian mengenai kewirausahaan dan pengalaman ekstrim berwirausaha dengan mengkaji motivasi berprestasi, efikasi diri, dan pengalaman ekstrim terhadap kinerja usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa unsur-



unsur kewirausahaan dan pengalaman ekstrim memiliki pengaruh terhadap kinerja usaha. Pengalaman ekstrim seseorang dapat membentuk kemampuan dan keterampilan yang memberikan peluang berhasil dalam menjalankan tugas. Salah satu faktor yang dapat meningkatkan keyakinan diri (*self efficacy*) didasarkan pada pengalaman keberhasilan seseorang.

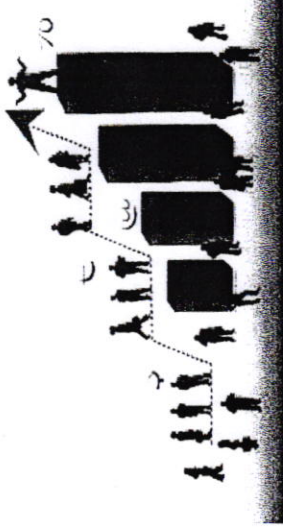
Proses pencapaian sukses dalam suatu lingkungan yang penuh dengan hambatan, tuntutan, dan ketidakpastian tentang hasil yang ingin dicapai merupakan pengalaman ekstrim yang dialami seseorang. Sehingga dengan pengalaman ekstrim, maka diindikasikan dapat menghasilkan kinerja bagi wirausahawan. Lebih lanjut bahwa keadaan semacam itu dapat memberikan manfaat untuk meningkatkan efikasi diri terhadap kemampuan wirausahawan. Dengan demikian, motivasi berprestasi dapat mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang yang mengarah pada tindakan yang berorientasi prestasi atau kinerja serta didasarkan pada tingkat keyakinan diri terhadap kemampuan yang dimiliki dapat memberi peluang berhasil dalam menyelesaikan tugasnya.

Chen, *et. al.*, (2002:9) melakukan penelitian yang mengkaji pengaruh pengalaman, motivasi berprestasi terhadap efikasi diri dan kinerja individu dengan mengambil sampel 51 sarjana *Air Force ROTC*, menunjukkan bahwa pengalaman dan motivasi berprestasi memiliki pengaruh terhadap efikasi diri serta kinerja individu. Pengalaman memegang peranan penting dalam meningkatkan keyakinan individu terhadap kemampuan seseorang dalam menyelesaikan tugasnya. Beratnya beban tugas dan penuh tantangan diindikasikan dapat memacu daya kreatif dan inovasi seseorang. Semakin berat beban tugas seseorang, maka semakin banyak pengalaman yang diperoleh untuk mengatasi permasalahan tugas-tugasnya, sehingga dapat menambah keyakinan terhadap kemampuan yang dimiliki.

Selanjutnya nilai-nilai kepribadian meliputi: letak kendali (*locus of control*), mengambil risiko (*risk taking*), kebutuhan

berprestasi, dan strategi usaha yang dapat memberikan kontribusi terhadap pencapaian kinerja individu. Dengan demikian, dapat diinterpretasikan bahwa motivasi berprestasi dapat mempengaruhi kinerja usaha melalui sikap dan perilaku dengan melakukan tindakan-tindakan yang berorientasi pada pencapaian prestasi atau kinerja dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki. Selain adanya keinginan atau hasrat kuat yang mendorong sikap dan perilaku seseorang bertindak untuk mencapai prestasi, juga diperlukan adanya keyakinan diri (*self efficacy*) terhadap kemampuan yang dimiliki mampu melakukan suatu tindakan tertentu.





## EFIKASI DIRI (*SELF EFFICACY*)

### 7.1 Pengertian Efikasi Diri

Persepsi diri terhadap kemampuan yang dimiliki dapat memberikan peluang keberhasilan dalam menjalankan suatu tugas atau kegiatan tertentu disebut sebagai efikasi diri (*self efficacy*). Bandura (1986:203) mengemukakan bahwa efikasi diri (*self efficacy*) merupakan keyakinan individu atas kemampuan yang dimiliki untuk mengorganisasi dan melakukan serangkaian tindakan yang diperlukan dalam mencapai tingkat kinerja yang diinginkan, serta menjadi dasar untuk menilai tingkat motivasi dan komitmen seseorang. Berikut beberapa pengertian efikasi diri yang dikemukakan oleh para ahli:

Kreitner (2003:16) mengemukakan bahwa efikasi diri (*self efficacy*) adalah keyakinan seseorang terhadap kemampuan yang dimiliki berpeluang untuk berhasil menjalankan tugas tertentu. Hal yang senada dikemukakan Luszczynska (2005:1) bahwa efikasi diri adalah keyakinan seseorang terhadap kemampuan yang dimiliki dapat memberikan peluang untuk mencapai sukses. Selanjutnya Fortune (2005:11) mengemukakan bahwa efikasi diri merupakan keyakinan seseorang terhadap kemampuan yang dimiliki untuk mengatur dan melaksanakan tindakan yang dapat memberikan hasil. Resnick, Zimmerman (dalam Fortune, 2005:16) mengemukakan bahwa secara



spesifik, efikasi diri dapat membantu seseorang untuk memprediksi perilakunya di masa depan serta hasil yang akan diperoleh di berbagai bidang. Prediksi perilaku dan hasil yang akan dicapai memiliki hubungan dengan tugas seseorang, yang meliputi pengembangan keterampilan profesional, pencapaian karir, kinerja, dan nilai tugas.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas, efikasi diri merupakan keyakinan seseorang terhadap kemampuan yang dimiliki dapat memberikan peluang menjalankan tugas dengan baik untuk mencapai tujuan sesuai dengan harapan atau keinginannya. Efikasi diri yang kuat dapat mendorong seseorang untuk menentukan tugas atau karier tertentu yang sesuai dengan kemampuan yang dimiliki melalui proses perencanaan yang matang dan evaluasi terhadap kesesuaian kemampuan yang dimiliki, sehingga memungkinkan seseorang berpeluang berhasil menjalankan tugas dengan baik untuk mencapai kinerja yang diinginkan. Efikasi diri dapat dikatakan sebagai persepsi seseorang terhadap suatu objek yang berkaitan dengan kemampuan dan hasil yang diharapkan. Dengan demikian, efikasi diri setiap orang berbeda-beda terletak pada tingkat kemampuan dan hasil yang diinginkan.

Bandura (dalam Luszczynska, 2005:2) mengemukakan bahwa tingkat efikasi diri berbeda-beda setiap orang dalam hal berpikir, merasakan, dan bertindak. Dengan demikian tingkat efikasi diri ditentukan oleh kemampuan individu mempersepsikan objek perilaku seperti: pilihan tugas atau kegiatan, rencana karier, pencapaian kinerja melalui proses kognitif, afektif, dan konatif yang membentuk sikap dan selanjutnya mengarahkan perilakunya pada tindakan untuk mencapai keberhasilan atau kesuksesan yang diharapkan atau direncanakan.

Keyakinan diri seseorang dapat muncul ditentukan oleh kemampuan seseorang mempersepsikan suatu tugas atau kegiatan yang akan dijalankan dan membandingkan dengan kemampuan yang dimiliki melalui pengalaman, kebiasaan, dan pengamatan yang menjadi penguatan terhadap keyakinan diri untuk menjalankan suatu tugas atau kegiatan tertentu.

Efikasi diri merupakan hasil pembelajaran, baik melalui pengalaman maupun pengamatan. Mempersepsikan suatu objek perilaku diperlukan pengetahuan, baik dari pengalaman sendiri ataupun pengamatan dari pihak lain berhubungan dengan objek perilaku tertentu. Bandura *et. al.*, (1986:87-99) mengemukakan beberapa cara untuk mencapai efikasi diri, yaitu: 1) pengalaman sukses yang terjadi berulang-ulang, 2) pembelajaran melalui pengamatan secara langsung, dan 3) persuasi sosial. Sementara Luszczynska (2005:2) mengemukakan bahwa efikasi diri biasanya dipahami sebagai tugas-spesifik atau domain spesifik, namun beberapa peneliti mengkonseptualisasikan efikasi diri mengacu pada keyakinan yang lebih luas untuk mengatasi berbagai tugas. Berbeda dengan pendapat yang dikemukakan Bandura yang lebih menitikberatkan pada tugas-tugas yang spesifik. Kedua pendapat tersebut menitikberatkan pada tingkat keyakinan seseorang terhadap kemampuan yang dimiliki dapat menjalankan tugas dengan baik yang didasarkan pada nilai tugas.

Wigfield *et. al.*, (2002:1) mengemukakan bahwa nilai tugas bagi individu mencakup beberapa hal, yaitu: 1) pentingnya untuk melakukan tugas dengan baik (nilai pencapaian), 2) kegunaan tugas untuk tujuan masa depan (nilai utilitas), dan 3) apa yang harus dikorbankan untuk terlibat dalam tugas (nilai biaya).

Sejalan dengan Bandura *et. al.*, (1986:87-99) mengemukakan beberapa dimensi dalam efikasi diri, yaitu: 1) Besarnya harapan terhadap kemungkinan hasil dari suatu perilaku yang didasarkan pengalaman, yaitu; suatu perkiraan bahwa perilaku atau tindakan tertentu yang didasarkan pengalaman menyebabkan hasil yang tertentu pula, 2). Luas pengharapan merupakan keyakinan terhadap suatu konsekuensi atau hasil dari perilaku yang direncanakan, 3) Kemantapan terhadap pengharapan hasil yang diinginkan melalui perilaku yang direncanakan. Berdasarkan ketiga dimensi tersebut, maka penelitian ini menggunakan dimensi efikasi diri didasarkan pada beberapa hal, yaitu: 1) keyakinan atas dasar pengalaman, 2) keyakinan



atas dasar perilaku terencana., dan 3) keyakinan atas dasar prestasi yang ingin dicapai. Dengan demikian berdasarkan pendapat di atas dapat dikemukakan bahwa efikasi diri berkaitan dengan perencanaan sikap dan perilaku dengan mempersepsikan hasil yang diinginkan dengan kemampuan yang dapat memberikan peluang berhasil dalam menjalankan tugas yang selanjutnya dapat menghasilkan prestasi.

Pilihan tugas berkaitan dengan nilai tugas yang dapat memberikan peluang seseorang mampu menjalankan tugas dengan baik. Nilai tugas mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang untuk memilih atau menolak suatu tugas tertentu. Persepsi seseorang terhadap kemampuan yang dimiliki akan memacu motivasinya untuk menjalankan atau terlibat dalam suatu tugas yang dipilih atau diminati, sehingga lebih memungkinkan untuk menghasilkan kinerja sesuai yang diharapkan. Selanjutnya efikasi diri yang kuat memungkinkan seorang wirausahawan dapat mengarahkan perilakunya pada pencapaian sukses didasarkan pada kemampuan kreatif dan inovatif yang dimiliki serta berani menerima risiko.

Adapun dimensi yang dapat digunakan untuk menjelaskan efikasi diri, mengacu pada pendapat yang dikemukakan oleh Bandura *et. al.*, (1986:87-99), yaitu: keyakinan terhadap kemampuan yang dimiliki didasarkan pada pengalaman, perilaku yang direncanakan, dan prestasi yang direncanakan. Tingkat pengalaman tugas dan keberhasilan yang dicapai sebelumnya dapat membangun keyakinan seseorang terhadap kemampuan yang dimiliki mampu memberikan peluang keberhasilan dalam menjalankan suatu tugas tertentu.

## **7.2 Hubungan antara Efikasi Diri dengan Perilaku Wirausahawan**

Perilaku merupakan kesatuan sifat seseorang yang terbentuk karena kebiasaan sehari-hari. Perilaku seseorang umumnya dimotivasi oleh keinginan untuk mencapai tujuan tertentu melalui kemampuan yang dimiliki.

Efikasi diri merupakan suatu proses kognitif yang melibatkan cara berpikir secara sadar, seperti penalaran, pemecahan masalah

(*problem solving*), pengambilan keputusan, dan evaluasi terhadap suatu objek. Melalui proses tersebut, maka memungkinkan seorang wirausahawan mengarahkan perilakunya untuk melakukan tindakan yang berorientasi pada pencapaian sukses melalui serangkaian rencana yang disesuaikan dengan kemampuan yang dimiliki yang dapat memberikan peluang berhasil menjalankan tugas dan pencapaian prestasi yang diharapkan.

Hersey dan Blanchard (dalam Robbins, 2001:424) mengemukakan bahwa perilaku manusia pada umumnya dimotivasi oleh keinginan untuk memperoleh tujuan tertentu. Sementara Gist (2000:7) mengemukakan bahwa efikasi diri merupakan tingkat keyakinan seseorang terhadap kemampuan yang dimiliki melalui suatu proses menimbang, mengintegrasikan, dan mengevaluasi informasi terhadap tugas yang akan dilakukan, sehingga dapat memberikan peluang untuk berhasil dalam menjalankan tugasnya.

Adapun tingkat efikasi diri berbeda-beda setiap orang dalam menyelesaikan suatu kegiatan. Bandura (dalam Luszczynska, 2005:2) menyatakan bahwa seseorang yang memiliki efikasi diri rendah diindikasikan memiliki wawasan berpikir yang terbatas untuk pengembangan pribadinya, sehingga dapat berdampak pada tingkat keberhasilan dalam menjalankan tugasnya. Sebaliknya seseorang yang memiliki efikasi diri tinggi cenderung melakukan tugas-tugas berat dan menantang, karena didasarkan pada dorongan keyakinan atas kemampuan yang dimiliki mampu menjalankan tugasnya.

Faktor yang dapat mendukung efikasi diri individu, adalah tingkat keyakinan, pengalaman, percaya diri (*self esteem*), persepsi terhadap nilai tugas, dan optimisme. Sementara Luszczynska (2005:2) mengemukakan bahwa: optimisme adalah harapan tentang hasil di masa depan. Seseorang yang memiliki orientasi masa depan yang tinggi ditandai dengan keinginan yang kuat mencapai dan terlibat dalam perencanaan kegiatan, serta cenderung memilih pendekatan *problem solving*.



Dengan demikian, seseorang yang memiliki efikasi diri kuat didorong oleh adanya keinginan untuk mencapai suatu tujuan yang dapat mengarahkan sikap dan perilakunya untuk melakukan tindakan yang didasarkan pada keyakinan terhadap kemampuan yang dimiliki dapat memberi peluang berhasil menjalankan tugas atau aktivitas tertentu yang selanjutnya mengarahkan tindakannya pada pencapaian prestasi atau kinerja yang diinginkan.

Berdasarkan pendapat dari para ahli tersebut, maka dapat dikemukakan bahwa: wirausahawan yang memiliki efikasi diri yang tinggi dapat termotivasi dan mengarahkan perilakunya pada tindakan yang berorientasi sukses, dan dapat menambah optimisme pencapaian prestasi atau kinerja sesuai dengan kemampuan yang dimiliki. Adapun dimensi yang dapat digunakan dalam menjelaskan efikasi diri (*self efficacy*) mengacu pada pendapat Bandura (1986), bahwa keyakinan diri terhadap kemampuan yang dimiliki mampu menjalankan suatu aktivitas didasarkan pada pengalaman, perilaku direncanakan, dan prestasi yang direncanakan.

### 7.3 Hubungan antara Efikasi Diri dan Komitmen Berwirausaha

Alasan seseorang memilih berwirausaha dapat disebabkan oleh beberapa faktor, di antaranya adalah: menyadari kompetensi yang dimiliki, mengalami suatu kejadian atau peristiwa, dan tuntutan hidup. Di sisi lain untuk mencapai keberhasilan dalam menjalankan usaha dapat disebabkan oleh adanya komitmen berwirausaha yang kuat. Beberapa penelitian yang mengkaji hubungan efikasi diri dengan komitmen berwirausaha, sebagai berikut:

Penelitian yang dilakukan oleh Clercq (2009:3) terhadap 81 pengusaha Kanada mengkaji pengaruh efikasi diri wirausahawan, nilai pribadi, dukungan keuangan pihak swasta, dukungan keuangan publik, dukungan normatif bagi kewirausahaan, kelayakan pencapaian tujuan, dan keinginan untuk mencapai tujuan terhadap komitmen berwirausaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: efikasi diri wirausahawan, dan nilai pribadi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap komitmen berwirausaha.

Penelitian yang dilakukan Tang (2008) terhadap 1000 pengusaha muda yang mengkaji pengaruh lingkungan usaha terhadap efikasi diri serta dampaknya pada komitmen berwirausaha, menemukan bahwa: efikasi diri berpengaruh positif signifikan terhadap komitmen berwirausaha.

Selanjutnya, penelitian yang dilakukan Baggerly, *et. al.*, (2006) terhadap 1.280 konselor Florida menemukan bahwa: efikasi diri yang tinggi berpengaruh signifikan terhadap komitmen berwirausaha. Berdasarkan penelitian tersebut di atas, dapat dikemukakan bahwa: efikasi diri memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap komitmen berwirausaha. Dari hasil penelitian yang dikemukakan di atas, menjelaskan bahwa semakin tinggi tingkat efikasi diri seseorang akan mendorong untuk berkomitmen. Optimisme seseorang terhadap tingkat keberhasilan yang didasarkan pada tingkat kemampuan yang diyakini dapat memberi peluang berhasil dapat mempengaruhi tingkat komitmen individu yang ditunjukkan melalui kesediaannya menerima dan mempertahankan nilai-nilai dan tujuan usaha yang dijalankan.

### 7.4 Hubungan antara Efikasi Diri dan Kinerja

Efikasi diri dapat diartikan sebagai keyakinan seseorang terhadap kemampuan yang dimiliki dapat memberikan peluang meraih kesuksesan. Tingkat keyakinan seseorang yang berorientasi pada perencanaan tugas, karier serta kinerja, dapat mengarahkan perilakunya pada tindakan-tindakan pencapaian tujuan sesuai dengan yang diharapkan serta didasarkan pada kemampuan untuk mempersepsikan tugas, karier, dan kinerja melalui proses kognitif, afektif, dan konatif. Berdasarkan hal tersebut, seseorang dapat menemukan pilihan tugas yang sesuai dengan kemampuan yang dimiliki yang dapat memberikan kontribusi dalam mencapai kesuksesan.

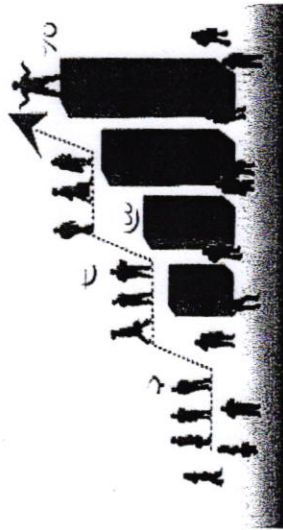
Luthans *et. al.*, 2008 meneliti karakteristik pribadi, efikasi diri wirausahawan, dan lingkungan terhadap kinerja dengan mengambil sampel pengusaha di dua negara, yaitu: Kazakhstan (N=133) dan Kirgizstan (N=239), dimana ditemukan baik secara parsial maupun



simultan karakteristik pribadi, efikasi diri, dan lingkungan memiliki pengaruh terhadap kinerja usaha. Selanjutnya, Muller (2008:5) melakukan penelitian mengenai perbedaan efikasi diri wirausahawan berdasarkan perbedaan gender terhadap peningkatan kinerja, dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa hubungan antara orientasi peran gender dan efikasi diri wirausahawan memiliki pengaruh terhadap kinerja. Selanjutnya, berdasarkan orientasi individu, wirausahawan pria memiliki efikasi diri yang lebih kuat dari wirausahawan wanita. Hasil lainnya menunjukkan bahwa wirausahawan pria lebih cocok untuk melakukan tugas-tugas yang terkait dengan kewirausahaan.

Selanjutnya, Mair (2001) melakukan penelitian terhadap 220 manajer menengah dengan mengkaji pengaruh efikasi diri terhadap perilaku wirausahawan dalam meningkatkan kinerja, dimana ditemukan bahwa efikasi diri merupakan prediktor dari perilaku yang memiliki pengaruh terhadap kinerja usaha. Demikian halnya Catalina (2009) melakukan penelitian terhadap 59 pengusaha Rumania tentang pengambilan keputusan efektif dalam kaitannya dengan kesulitan peran kognitif dalam keputusan strategi, dengan mengkaji pengaruh efikasi diri, kebutuhan kognitif, toleransi terhadap ambiguitas, dan efektivitas keputusan terhadap kinerja keputusan strategi, dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa efikasi diri, kebutuhan kognitif, toleransi terhadap ambiguitas, dan efektivitas keputusan berpengaruh terhadap kinerja keputusan strategi. Sementara kompleksitas kognitif negatif tidak menunjukkan pengaruh signifikan. Berdasarkan beberapa hasil penelitian tersebut di atas, menjelaskan bahwa efikasi diri merupakan prediktor penting untuk menjelaskan persepsi dan karakter individu dalam berperilaku, dan merupakan suatu perangkat kognitif dan motivasi yang mengarahkan dan mengatur seseorang wirausahawan untuk berperilaku pada pencapaian kinerja melalui kesesuaian tugas dan kemampuan yang dimiliki yang diyakini dapat memberikan peluang untuk berhasil.

## BAB VIII



### KOMITMEN BERWIRAUSAHA (ENTREPRENEURIAL COMMITMENT)

#### 8.1 Pengertian Komitmen

Istilah komitmen berasal dari kata latin yakni "*committere*" yang berarti menggabung, menyatu, mempercayai dan mengerjakan (Snyder, 1994:97). Dengan demikian komitmen dapat diartikan sebagai kecenderungan atau kesediaan seseorang untuk tetap bertahan bekerja dengan ketulusan hati. Hal senada dikemukakan oleh Jacobsen (2000:190) dan Long (2000:219) bahwa komitmen merupakan bentuk ketulusan hati atau kesediaan seseorang yang ditunjukkan oleh sikap dan perilakunya yang mengarah pada tindakan untuk tetap menjalankan dan mempertahankan nilai-nilai dan tujuan usahanya.

Adapun bentuk komitmen, meliputi komitmen organisasi terhadap individu dan sebaliknya bentuk komitmen individu terhadap organisasi, yang mana keduanya merupakan hal penting bagi kelangsungan hidup organisasi. Melalui komitmen yang tinggi dapat mengarahkan sikap dan perilaku seseorang pada tindakan-tindakan untuk mempertahankan nilai-nilai dan tujuan organisasi atau usaha yang dijalankan. Dengan demikian komitmen berkaitan dengan kesediaan atau ketulusan hati untuk tetap konsisten dengan sikap dan



perilakunya untuk tetap bertahan dan mempertahankan nilai-nilai dan tujuan usahanya.

Apa yang dikemukakan oleh Marcia (1993:208-210) berkaitan dengan derajat ukuran komitmen seseorang tercermin dari beberapa kriteria, di antaranya adalah: 1) *knowledgeability*, yaitu mengetahui dan menguasai jenis pekerjaan yang telah dipilih, sehingga cenderung mengarahkan sikap dan perilakunya untuk tetap komit, 2) *activity directed toward implementing the chosen identity elements*, yaitu kegiatan yang diimplementasikan sesuai dengan keputusan awal menentukan pilihan, 3) *emotional tone*, yaitu keterlibatan emosional berkaitan dengan komitmennya. Dengan demikian, komitmen dapat diartikan sebagai kesediaan individu untuk menekuni dan melaksanakan suatu bidang kegiatan dengan suka cita yang didasarkan pada konsekuensi logis dan tidak ada keragu-raguan dalam menentukan suatu pilihan.

Porter, Steers dan Meyer (dalam Jacobsen, 2000:188) membagi komitmen ke dalam dua bagian, yaitu: *affective commitment* atau *attitudinal commitment* dan *behavioral commitment* atau *continuance commitment*. Sementara Meyer and Allen (dalam Sudiarditha, 2007) mengembangkan tiga model faktor komitmen organisasi yaitu: (a) *affective commitment*, (b) *continuance commitment*, and (c) *normative commitment*. Dari ketiga komitmen tersebut dapat dijabarkan lebih rinci sebagai berikut: 1) komitmen afektif yaitu bagian dari komitmen organisasi yang lebih menekankan pada pentingnya kongruensi antara nilai dan tujuan karyawan dengan nilai dan tujuan organisasi. Komitmen afektif menggambarkan tingkat loyalitas pekerja terhadap organisasi yang ditunjukkan melalui kecintaan emosional dan berpihakan pada tujuan-tujuan organisasi, 2) komitmen kontinue yaitu bagian dari komitmen organisasi di mana karyawan akan bertahan atau meninggalkan organisasi karena melihat adanya pertimbangan rasional dari segi untung ruginya. 3) komitmen normatif yaitu salah satu bagian dari komitmen organisasi di mana

karyawan bertahan dalam organisasi karena ia merasakan adanya suatu kewajiban.

Adapun ciri-ciri komitmen organisasi menurut Fink (dalam Sudiarditha, 2007) dapat dikelompokkan menjadi sepuluh yaitu: (a) selalu berupaya untuk mensukseskan organisasi, (b) selalu mencari informasi tentang organisasi, (c) selalu mencari keseimbangan antara sasaran organisasi dengan sasaran pribadi, (d) selalu berupaya untuk memaksimumkan kontribusi kerjanya sebagai bagian dari organisasi secara keseluruhan, (e) menaruh perhatian pada hubungan kerja antar unit organisasi, (f) berpikir positif terhadap kritik dari teman sekerja, (g) menempatkan prioritas organisasi di atas departemennya, (h) tidak melihat organisasi lain sebagai unit yang lebih menarik, (i) memiliki keyakinan bahwa organisasi akan berkembang, dan (j) berpikir positif pada pimpinan puncak organisasi. Sementara dilihat dari proses/tahapan pembentukannya komitmen menurut Durkin (1999:127) maupun Steers (1996:374) sama-sama membagi menjadi tiga tahapan masing-masing yaitu: (1) *compliance commitment* yaitu individu yang mengadaptasi perilaku dan sikap yang tertentu untuk memperoleh imbalan tertentu, (2) *identification commitment*, di mana sikap perilaku disesuaikan dengan nilai-nilai yang dianut oleh pihak ketiga, dan (3) *internalisation*, di mana para individu mengadaptasi perilaku tertentu karena isinya selaras dengan sistem nilai para individu yang bersangkutan. Selanjutnya Steers (1996:374) membagi komitmen yang terdiri atas: (1) *compliance*, (2) *identification*, dan (3) *internalization*. Sedangkan menurut Hocutt (1998:196) komitmen terbentuk melalui empat tahapan terdiri atas: (1) *awareness*, (2) *exploration*, (3) *expansion*, dan (4) *commitment*.

Sejalan dengan pendapat di atas, hasil penelitian Thornhill (1996:14) menemukan adanya hubungan yang cukup signifikan antara keunggulan bersaing suatu perusahaan dengan tingginya komitmen karyawan dalam perusahaan tersebut. Sementara Caruana (1998:110) menemukan bahwa komitmen yang rendahnya dapat berdampak pada menurunnya kinerja suatu perusahaan sejalan dengan semakin



meningkatkan biaya operasional perusahaan serta menurunkan kualitas pelayanan karyawan pada perusahaan tersebut.

## 8.2 Pengertian Komitmen Berwirausaha

Kesungguhan individu untuk tetap mempertahankan nilai-nilai dan tujuan usaha yang dijalankan serta dilakukan dengan tulus dan senang hati merupakan bentuk komitmen wirausahawan. Ward (2009:1) mengemukakan bahwa untuk menjadi wirausaha (*entrepreneur*) yang sukses harus memiliki komitmen berwirausaha didasarkan pada niat atau hasrat, disiplin, dan keteguhan hati dalam menjalankan usahanya.

Komitmen berwirausaha yang kuat ditunjukkan melalui kesiapan sepenuh hati dan jiwa terhadap apa yang dikerjakan, siap bekerja dengan waktu yang lama, siap menjalankan usahanya sesuai ketentuan yang ada. Dengan demikian, komitmen berwirausaha penting bagi seorang wirausahawan, karena komitmen berwirausaha mencerminkan kesediaan individu untuk menerima dan mempertahankan serta menjalankan nilai-nilai dan tujuan yang berkenaan dengan usaha yang dijalankan.

Tang (2008:130) mengemukakan bahwa komitmen berwirausaha (*entrepreneurial commitment*) adalah sejauh mana kesediaan seseorang wirausaha mengidentifikasi dan menjaga nilai-nilai dan tujuan usaha yang dijalankan dengan memanfaatkan sumberdaya dan peluang yang ada dan tidak dimiliki orang lain untuk menciptakan bisnis baru. Selanjutnya, Erikson (dalam Tang, 2008:130) bahwa: komitmen berwirausaha mencerminkan energi emosional, intelektual, dan fisik yang digunakan untuk mencapai tujuan utama usaha. Dengan demikian, seseorang yang memiliki komitmen berwirausaha yang kuat cenderung mempertahankan nilai-nilai dan tujuan usaha yang dijalankan untuk menemukan produk, ide-ide, ataupun gagasan baru melalui kemampuan kreatif dan inovasi dengan memanfaatkan peluang yang ada. Selain itu, wirausahawan yang memiliki komitmen berwirausaha ditunjukkan melalui kesiapan seseorang memanfaatkan sumberdaya dan peluang yang tidak dimiliki

orang lain untuk mempertahankan nilai-nilai dan tujuan usaha yang dijalankan yang didasarkan oleh niat atau hasrat untuk mempertahankan nilai dan tujuan usaha, disiplin dan teguh dalam menjalankan tugasnya.

Iniesta (2004) mengemukakan bahwa komitmen berwirausaha adalah suatu tindakan afirmatif yang dipilih oleh seseorang terhadap pihak lain untuk menciptakan hubungan dengan mempertahankan kepentingan pribadi dan menunjukkan sesuatu lebih dari janjinya. Hal tersebut, senada dengan apa yang dikemukakan oleh Geyskens *et al.*, (dalam Iniesta, 2004:233) bahwa komitmen berwirausaha adalah sebuah kondisi psikologis yang dihasilkan oleh persepsi, keyakinan dan emosi yang memprovokasi keinginan atau niat individu untuk tetap teguh dalam mempertahankan nilai dan tujuan usaha yang dijalankan, dan memanifestasikan dalam perilaku yang disiplin berkenaan dengan kewajiban.

Pendapat tersebut di atas menjelaskan bahwa komitmen berwirausaha didasarkan pada hasrat atau niat untuk teguh dan disiplin dalam mempertahankan bisnis yang dijalankan. Selanjutnya, Hulin (dalam Currie dan Brian, 2006:746) mengemukakan bahwa komitmen berwirausaha merupakan sebuah konsep yang menjelaskan konsistensi dengan melibatkan sikap, keyakinan dan perilaku yang diperhadapkan dengan pilihan untuk menerima atau menolak melakukan suatu tujuan. Dengan demikian, komitmen lahir bukan didasarkan atas suatu paksaan tetapi lahir dari dalam diri individu melalui persepsi, keyakinan dan emosi yang memprovokasi keinginan atau niat untuk melakukannya. Sehingga memiliki kebebasan dan tidak dipengaruhi oleh pihak lain untuk menerima atau menolak untuk melakukan sesuatu.

Amartya Sen (dalam Febienne Peter *et al.*, 2007:339) mengemukakan bahwa komitmen berwirausaha merupakan alasan praktis seseorang bertindak dengan bebas untuk memilih untung atau rugi berkaitan dengan upaya meningkatkan nilai-nilai dan tujuan usaha yang dijalankan. Dorongan wirausahawan untuk berkomitmen



dalam menjalankan usaha tidak hanya diprovokasi oleh kesenangan terhadap usaha yang dijalankan, tetapi juga dapat diprovokasi oleh persepsi wirausahawan terhadap manfaat atau keuntungan yang dapat dihasilkan dari usaha yang dijalankan. Hal tersebut mendorong keinginan wirausahawan untuk mengembangkan usaha yang dijalankan.

Komitmen berwirausaha yang kuat ditunjukkan melalui sikap dan perilaku individu yang lahir dari dalam seseorang yang cenderung melakukan tindakan-tindakan yang berorientasi pada prestasi melalui usaha keras dengan tidak meninggalkan apa yang menjadi suatu kewajiban yang harus ditunaikan serta tetap menjaga dan mempertahankan nilai-nilai dan tujuan usahanya.

Berdasarkan pendapat para pakar tersebut di atas, dapat dikemukakan bahwa komitmen berwirausaha adalah keadaan psikologis seseorang yang bersedia menerima dan mempertahankan nilai-nilai dan tujuan usahanya serta tetap menjaga eksistensinya sebagai seorang wirausaha dengan mencurahkan pikiran dan perhatiannya pada usaha yang dijalankan. Adapun indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah mengacu pada indikator komitmen berwirausaha yang dikembangkan oleh Ward (2009:1), yaitu niat atau hasrat, disiplin dan keteguhan hati menjalankan dan mempertahankan nilai dan tujuan usahanya.

### 8.3 Hubungan Komitmen Berwirausaha dengan Perilaku Wirausahawan

Komitmen berwirausaha perlu dibangun melalui sikap dan perilaku yang mengarahkan pada kesediaannya untuk menerima dan mempertahankan nilai-nilai dan tujuan usaha. Ward (2009:1) mengemukakan beberapa unsur yang dapat dijadikan dasar untuk memiliki komitmen berwirausaha yang kuat, yaitu: *desire* (hasrat), *discipline* (disiplin), dan *determination* (keteguhan hati). Ketiga unsur tersebut sangat penting bagi seorang wirausaha untuk mencapai sukses dalam menjalankan usahanya. Selanjutnya, Barreto dan Wagman (2007:6) mengemukakan berbagai alasan mengapa suatu

usaha di antaranya disebabkan oleh beberapa hal, yaitu: mereka tidak memiliki ide yang cemerlang; terbatasnya kemampuan untuk mengubah ide menjadi sebuah bisnis, serta tidak memiliki kesediaan untuk mempertahankan nilai-nilai dan tujuan usaha yang dijalankan. Pendapat tersebut menjelaskan bahwa *desire* (hasrat), *discipline* (disiplin), dan *determination* (keteguhan hati) merupakan karakteristik individu yang mengarahkan sikap dan perilakunya pada tindakan yang berkaitan dengan kepentingan untuk mempertahankan nilai-nilai dan tujuan usaha yang berorientasi kewirausahaan.

Berdasarkan pendapat para ahli tersebut di atas, dapat dikemukakan bahwa komitmen berwirausaha merupakan bentuk kepribadian seorang wirausahawan yang ditunjukkan melalui perilakunya yang sungguh-sungguh, tekun dan mencurahkan pikiran serta perhatiannya terhadap usaha yang dijalankan yang didasarkan oleh niat atau hasrat, disiplin, dan keteguhan hati.

### 8.4 Hubungan antara Komitmen Berwirausaha dan Kinerja

Komitmen berwirausaha merupakan bentuk kepribadian wirausahawan yang ditunjukkan dengan kesediaannya melakukan usaha keras untuk mencapai apa yang sudah menjadi niat, keteguhan hati, dan disiplin untuk mempertahankan nilai-nilai dan tujuan usahanya. Beberapa penelitian dari para ahli yang mengkaji hubungan komitmen terhadap kinerja adalah sebagai berikut:

Penelitian yang dilakukan oleh Subhash *et. al.*, (2007:4) yang mengkaji pengaruh keyakinan diri (*self efficacy*) dan komitmen berwirausaha terhadap kinerja dengan membandingkan antara wirausahawan laki-laki dan perempuan ( $N=1.835$ ), menemukan bahwa komitmen berwirausaha dan keyakinan diri memiliki pengaruh terhadap kinerja usaha. Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Shueh-Chin Ting, *et. al.*, (2007:9) yang mengkaji pengaruh komitmen berwirausaha pengusaha oportunistis dan konsekuensi terhadap kinerja. Dengan mengambil sampel sebanyak 200 responden pengecer komputer, hasil penelitian menunjukkan bahwa komitmen berwirausaha pengusaha yang konsekuensi memiliki pengaruh yang



lebih kuat dari wirausahawan oportunist terhadap kinerja usaha. Kedua penelitian tersebut menunjukkan adanya pengaruh komitmen berwirausaha terhadap kinerja usaha yang didasarkan pada keyakinan diri dan komitmen berwirausaha.

Mostafa (2006:7) mengkaji hubungan antara orientasi kewirausahaan, komitmen berwirausaha dan kinerja ekspor pada pengusaha kecil dan menengah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengusaha yang berorientasi kewirausahaan memiliki komitmen berwirausaha yang tinggi ditunjukkan dengan upaya mengembangkan keterampilan internet untuk keperluan survei dan pengiriman surat serta memiliki kinerja ekspor yang lebih baik daripada pengusaha yang memiliki komitmen berwirausaha yang rendah. Selanjutnya, penelitian yang dilakukan Debra (2005:11) bertujuan untuk mengkaji keterlibatan anggota dalam jaringan organisasi pada enam organisasi terhadap kinerja usaha, dengan melibatkan 250 responden pengusaha kecil dan menengah. Variabel independen adalah strategi organisasi pemasaran yang dimediasi variabel komitmen berwirausaha dan kepercayaan terhadap kinerja usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi organisasi pemasaran melalui komitmen berwirausaha dan kepercayaan (*trust*) memiliki pengaruh terhadap kinerja usaha.

Penelitian yang dilakukan oleh Simon *et. al.*, (2002:10) yang mengkaji pengaruh komitmen berwirausaha dan kemampuan beradaptasi terhadap dinamika lingkungan usaha yang terdiri dari tiga variabel dependen, yaitu: memperjuangkan produk, penekanan pemasaran, dan kebaruan teknologi yang memberikan kontribusi terhadap kinerja usaha. Penelitian ini mengambil sampel 51 responden pengusaha komputer skala kecil. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komitmen berwirausaha memiliki pengaruh terhadap kinerja usaha terutama pada penekanan pasar dan kebaruan teknologi, sementara untuk kemampuan beradaptasi ditunjukkan melalui interaksi dinamika lingkungan.

Beberapa hasil kajian dari para pakar di atas, menunjukkan bahwa komitmen berwirausaha merupakan bentuk kepribadian individu yang didasarkan pada hasrat atau niat, kedisiplinan dan keteguhan yang dapat mengarahkan sikap dan perilakunya untuk mempertahankan nilai-nilai dan tujuan usaha yang dijalankan untuk mencapai prestasi atau kinerja yang diharapkan.



	KB	KW
Y1	--	--
Y2	--	--
Y3	--	--
Z1	0.2960	--
Z2	0.2657	--
Z3	0.3110	--
Z4	0.2465	--
Z5	0.2566	--

Standardized Total Effects of KSI on Y

	MB	ED
Y1	0.2693	0.2155
Y2	0.3513	0.2812
Y3	0.3115	0.2493
Z1	0.4736	0.2947
Z2	0.4252	0.2646
Z3	0.4976	0.3097
Z4	0.3945	0.2455
Z5	0.4106	0.2555

Completely Standardized Total Effects of KSI on Y

	MB	ED
Y1	0.2693	0.2155
Y2	0.3513	0.2812
Y3	0.3115	0.2493
Z1	0.4736	0.2947
Z2	0.4252	0.2646
Z3	0.4976	0.3097
Z4	0.3945	0.2455
Z5	0.4106	0.2555

Time used: 0.094 Seconds

## DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, Icek. 2005. *Attitudes, Personality and Behavior*. Second Edition. Open University Press. McGraw-Hill Edition. Journal of Managerial Psychology. Vol. 11 No. 3, 2000, pp. 33-47. MCB University Press, 0268-3946
- Ajzen, I. & Fishbein, M. 1991. *Understanding Attitude and Predicting Social Behavior*. Amazon Pub.
- Alderman, M. Kay. 2004. *Motivation For Achievement Possibilities For Teaching and Learning*. Second Edition. Lawrence Erlbaum Associates, Inc., Publishers 10 Industrial Avenue Mahwah, New Jersey 07430.
- Allen, M. J., & Yen, W. M. 2002. *Introduction to measurement theory*. Monterey, CA: Brooks/Cole.
- Alwi, Hasan et. al. 2003. *Tata Bahasa Baku Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta.
- Ancok, Djamaludin. 1992, *Psikologi Industri*. BPP UGM
- Anderson, Neil, Carsten K. W. De Dreu, and Bernard A. Nijstad. 2007. *The Routinization of Innovation Research: A Constructively Critical Review of the State-of-the-Science*, Department of Work and Organizational Psychology University of Amsterdam Nederland.
- Arikunto, Suharsimi. 1998. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Baggerly, Jennifer, Debra Osborn. 2006. *School Counselors' Career Satisfaction and Commitment: Correlates and Predictors*. Professional School Counseling. Alexandria: Feb 2006. Vol. 9, Iss. 3; pg. 197, 9 pgs



- Baker, W.E. and J.M. Sinkula, 2009. *The Synergistic Effect of Market Orientation and Learning Orientation of Organizational Performance*, Journal of the Academy of Marketing Science, Vol.27, No.4, pp.411-427.
- Barreto, Hector V. and Robert J. Wagman. 2007. *The Engine Of America The Secrets To Small Business Success From Entrepreneurs Who Have Made It*. John Wiley & Sons, Inc.
- Beverland, M. and Lockshin, L.S. 2004. *Crafting a Competitive Advantage: Tempering Entrepreneurial Action With Positioning-based Values*. Qualitative Market Research: An International Journal, Vol. 7 No. 3, pp. 172-82, ISSN: 1352-2752.
- Bierly, Paul and Alok Chakrabarti. 2004. *Generic Knowledge Strategy in the U.S. Pharmaceutical Industry*. Strategy Management Journal. Vol 17. pp 123
- Bird, B.J. 2002. *Learning entrepreneurship competencies: the self-directed learning approach*, International Journal of Entrepreneurship Education, Vol. 1 No. 2, pp. 203-27.
- Boydston, M., Hopper, L. and Wright, A. 2000, *Locus of control and entrepreneurs in a small town*, Proceedings of ASBE, San Antonio, TX, March, available at: [www.sbaer.uca.edu/docs/2000/asbe/00asbe188.htm](http://www.sbaer.uca.edu/docs/2000/asbe/00asbe188.htm) (accessed 2 April).
- Braannback, M., Carsrud, A., Elfving, J., & Krueger, N. K. 2006. *Sex, [drugs], and entrepreneurial passion. An exploratory study*. Paper presented at the Babson College Entrepreneurship Research Conference, Bloomington, IN.
- Brian Wu, and Anne Marie Knott. 2006. *Entrepreneurial Risk and Market Entry*. Management Science. Vol. 52, No. 9, September 2006, pp. 1315-1330
- Brockhaus, R.H. 1989. *Risk taking propensity of entrepreneurs*. Academy of Management Journal, 23(3), 509-520.
- Brown, J. Robert. 1985. *Teaching and Learning Strategy*. Second Edition. New York: Macmillan Publishing Company.
- Bygrave, W.D. and Hofer, C. 1991, *Theorizing about entrepreneurship, Entrepreneurship Theory & Practice*, Vol. 16 No. 2, pp. 13-22.
- Budner, S., 1962. *Intolerance of ambiguity as a personality variable*, Journal of Personality, Vol. 30, 1962, pp. 29-50.
- Cantillon, Richard. (1931). 1775. *Essai sur la nature du commerce en général*, edited and translated by H. Higgs, London: Macmillan.
- Cardon, Melissa S. et. al. 2009. *The Nature And Experience Of Entrepreneurial Passion*. Academy of Management Review 2009, Vol. 34, No. 3, 511-532.
- Caruana. Albert, 2002. *Service Loyalty: The effects of service quality and the mediating role of customer satisfaction*, European Journal of Marketing, Vol 36, No. 7/8; ABI/INFORM Research, pg. 811-828
- Casson, M. 2003, *The theory of vertical integration: a survey and synthesis*, Journal of Economic Studies, Vol. 11 No. 2, pp. 3-43.
- Catalina. Oana, Iederan, Petru Lucian Curseu, Patrick Vermeulen. 2009. *Effective Decision-Making: The Role Of Cognitive Complexity In Strategic Decisions*. Studia Psychologica. Bratislava: 2009. Vol. 51, 4; pg. 293, 12 pgs
- Chen, Gilad. et. al. 2002. *Simultaneous Examination of the Antecedents and Consequences of Efficacy Beliefs at Multiple Levels of Analysis*. Human Performance, 15(4), 381-409



- Chu, P. 2000. *The characteristics of Chinese Female Entrepreneurs: Motivation and Personality*, Journal of Enterprising Culture, Vol. 8 No. 1, pp. 67-84.
- Churchill, N.C. 1992. *Research Issue in Entrepreneurship. In The State of the Art Entrepreneurship*. ED: D.I., Sexton and J.D Kasardra. Boston, Mass PWS-Kent, 579-596.
- Clercq, Dirk De, Teresa V. Menzies, Monica Diochon. 2009. *Explaining Nascent Entrepreneurs Goal Commitment: An Exploratory Study*. Journal of Small Business and Entrepreneurship. 22, no. 2 (2009): pp. 123-140
- Collins, Christopher J., Paul J Huges, and Edwin A Locke. 2004. *The Relationship Achievement Motivation to Entrepreneurial Behavior: A Meta Analysis*.
- Covin, J, G., and K, M, Green, and D, P, Slevin. 2006. *Strategic Process Effects on the Entrepreneurial Orientation Sales Growth Rate Relationship*, Entrepreneurship Theory and Practice, 30 (1), 57-81,
- Cromie, S. 1994, *Entrepreneurship: the role of the individual in small business development*, IBAR, Vol. 15, pp. 62-75.
- Cromie, S. 2000, *Assessing entrepreneurial implications: some approaches and empirical evidence*, European Journal of Work & Organisational Psychology, V. 9 No. 1, p 7-30.
- Cuervo, Álvaro, Domingo Ribeiro, Salvador Roig. 2007. *Entrepreneurship. Concepts, Theory and Perspective*. Library of Congress Control Number: 2006936629. ISBN 978-3-540-48542-1 Springer Berlin Heidelberg NewYork
- Currie, Paul dan Brian Dollery. 2006. *Organizational Commitment and Perceived Organizational Support in The NSW Police*, An *International Journal of Police Strategies & Management*, Vol. 29 No. 4, 2006, pp. 741-756
- Davidsson, P. 1989, *Continued Entrepreneurship and Small Firm Business*, Stockholm School of Economics, Stockholm.
- Davis, Keith dan John W. Newstrom. 2001. *Perilaku Dalam Organisasi*, Jilid 1 dan 2, Penerjemah Agus Dharma. Jakarta : Erlangga.
- Debra S Malewicki. 2005. *Member Involvement In Entrepreneur Network Organizations: The Role Of Commitment and Trust*. Journal of Developmental Entrepreneurship. Norfolk: Aug 2005. Vol. 10, pg.141.
- Dowd, T. 2006. *From 78s to MP3s: The Embedded Impact of Technology in the Market for Pre-recorded Music in Lampel, Shamsie & Lant (Eds.)*. The Business of Culture. Mahwah, NJ: LEA Associates
- Drucker Peter. F 1988. *Innovation and Entrepreneurship*. Harper & Row. New York.
- Dunn, T. and Holtz-Eakin, D. 2000. *Financial capital, human capital, and the transition to self-employment: evidence from intergenerational links*, Journal of Labor Economics, Vol. 18 No. 2, pp. 282-305.
- Durkin, Mark, 1999, *Employee Commitment in Retail Banking: Identifying and Exploring Hidden Dangers*, International Journal of Bank Marketing, 17/3, hal.124-134.
- Elliot Andrew J. and Carol S. Dweck. 2005. *Handbook of Competence and Motivation*. The Guilford Press A Division of Guilford Publications, Inc. 72. Spring Street, New York, NY 10012.



- Entrialgo, M., Ferná'ndez, E. and Va'zquez, C.J. 2000, *Characteristics of managers as determinants of entrepreneurial orientation: some Spanish evidence*, Enterprise & Innovation Management Studies, Vol. 1 No. 2, pp. 187-205.
- Fabienne, Peter and Hans Bernhard Schmid. 2007. *Rationality and Commitment*. ISBN 978-0-19-928726-0. Oxford Univers Ity Pre S S · Oxford.
- Fishbein, M. and Ajzen, I. 1975, *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research*, Addison-Wesley, Reading, MA.
- Fortune, Anne. E, dan Mingun Lee, Alonzo Cavazos. 2005. *Achievement Motivation and Outcome In Social Work Field Education*. Washington: Winter 2005. Vol. 41, Iss. 1; pg. 115, 15 pgs
- Frishammar, J. and Horte, S. A. 2007. *Managing external information in manufacturing firms: The impact on innovation performance*. Journal of Product Innovation Management, 22, 251-266.
- Gagné, R. M. 1974. *Essential of learning for instruction*. Hinsdale: Dryden Press.
- Gartner, W.B. 2001, *Is there an elephant in entrepreneurship? Blind assumptions in theory development*, Entrepreneurship Theory & Practice, Vol. 25 No.4, p.27-39
- Gawel, Aleksandra. 2011. *Entrepreneurship and sustainability: do they have anything in common*. Working Papers. Faculty of International Business and Economics. Poznan University of Economics
- Gerungan, W.A. 2000. Psikologi sosial. Refika Aditama. Bandung
- Gibb, A.A. 1996. *Small firms training and competitiveness. Building on the small business*. International Small Business Journal, Vol. 15 (3), pp. 13-29.
- Giles, M., & Rea, A. 1999. *Career self-efficacy: An application of the theory of planned behaviour*. Journal of Occupational & Organizational Psychology, 72, 393-398.
- Gist, Marilyn E. 2000. *Self-Efficacy, Implications for Organizational Behavior and Human Resource Management*. Academy of Management. The Academy of Management Review. Briarcliff Manor: Jul. Vol. 12, pg. 472.
- Gomes, Joao F & Yaron, Amir & Zhang, Lu, 2003. *Asset Prices and Business Cycles with Costly External Finance*, Discussion Papers 3927, C.E.P.R. Discussion Papers
- Green, E. and Cohen, L. 1995, *Women's business: are women entrepreneurs breaking new ground or simply balancing the demands of women's work in a new way?*, Journal of Gender Studies, Vol. 4 No. 3, pp. 297-315.
- Greenwald, G. Anthony. 1968. *Cognitive Learning. Cognitive Response to Persuasion and Attitude Change*, in A. Greenwald, T. Brock, and T. Ostrom (eds.), Psychological Foundations of Attitudes (New York: Academic Press.
- Gumusluoglu, L., & Ilsev, A. 2009. *Transformational leadership, creativity, and organizational innovation*. Journal of Business Research, 62, 461-473.
- Hall, Craig. 2001. *The Responsible Entrepreneur, How To Make Money and Make a Difference*. Career Press.
- Hansemark, O.C. 1998. *The effects of an entrepreneurship program on need for achievement and locus of control of reinforcement*.



- Harianti, Diah. 2010. *Pengembangan Pendidikan Kewirausahaan. Bahan Pelatihan (Penguatan Metodologi Pembelajaran Berdasarkan Nilai-Nilai Budaya Untuk Membentuk Daya Saing dan Karakter Bangsa)*. Kementerian Pendidikan Nasional Badan Penelitian dan Pengembangan Pusat Kurikulum.
- Harris, R., Guthrie, H., Hobart, B., Lundberg, D., 2000. *Competency-Based Education and Training: Between a Rock and a Whirlpool*. South Melbourne: Macmillan Education Australia.
- Hart, C.W.L., Heskett, J.L. and Sasser, W.E.J. 1992, *The profitable art of service recovery*, Harvard Business Review, Vol. 68, pp. 148-56.
- Heckhausen, Jutta and Heinz Heckhausen. 2008. *Motivation and Action*. Published in the United States of America by Cambridge University Press, New York
- Hocutt, M.A. 1998, *Relationship dissolution model: antecedents of relationship commitment and likelihood of dissolving a relationship*, International Journal of Service Industry Management, Vol. 9 No. 2, pp. 189-200.
- Howard H., Kandler. 1974. *Basic Psychology*. Philipines: Benyamin/Cummings
- Hurley, R.F. and Hult, G.T.M. 1998, *Innovation, market orientation, and organizational learning: an integration and empirical examination*, Journal of Marketing, Vol. 62 No. 3, pp. 42-54.
- Huygens, M., Baden-Fuller, C, Van Den Bosch, A.J. and Wolverda, M. 2001. *Co-Evolution of Firm Capabilities and Industry Competition: Investigating the Music Industry, 1877-1997*. Organisation Studies 2 (6) 971-1011

Indarti, Nurul dan Rokhima Rostiani, 2008. *Intensi Kewirausahaan Mahasiswa: Studi Perbandingan Antara Indonesia, Jepang dan Norwegia*. Jurnal Ekonomika dan Bisnis Indonesia, Vol. 23, No. 4, Oktober 2008. Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gadjah Mada.

Iniesta, M. Angeles and Manuel Sanchez. 2004. *The Structure of Commitment in Consumer-Retailer Relationships, Conceptualization and Measurement*. International Journal of Service Industry Management. Vol. 15 No. 3, 2004pp. 230-249q Emerald Group Publishing Limited.

Jacobsen, D.I. 2000, *Managing increased part-time: does parttime work imply part time commitment, Managing Service Quality*, Vol. 10 No. 3, pp. 187-201.

Jong. J.P.J. De & Kemp, R. 2003. *Determinants of Coworkers's Innovative Behaviour: An Investigation into Knowledge Intensive Service*. International Journal of Innovation Management. . pp 189 – 212.

Kao, Raymond, W.Y. 1995. *Entrepreneurship a world wealth trip creativity, and value adding process*. Singapore: Prentice Hall.

Katz, J. 2004. *Survey of Endowed Positions in Entrepreneurship and Related Fields in the United States*, Kauffman Foundation, Kansas City, MO.

Kenneth L. Williams, B.S. 2000. *An Investigation Of Motivational Variables Among Alcoholic Subgroups. A thesis in psychology*. Submitted to the graduate faculty of Texas Tech University in Partial Fulfillment of the Requirements

Kirby, D.A. 2004, *Entrepreneurship*, McGraw-Hill Education, London.



- Kirzner, Israel M. 1979. *Perception, Opportunity and Profit: Studies in the Theory of Entrepreneurship*. Chicago: University of Chicago Press.
- Kirzner, I.M. 1983, *Entrepreneurs and the entrepreneurial function: a commentary*, in Ronen, J. (Ed.), *Entrepreneurship*, D.C. Heath Books, Lexington, MA.
- Knight, F.H. 1921 *Risk, Uncertainty and Profit* (ed. G.J. Stigler), Chicago: University of Chicago Press, 1971.
- Koh, S.C.L., Saad, S.M. and Jones, M.H. 1996, *Uncertainty under MRP-planned manufacture: review and categorisation*, International Journal of Production Research, Vol. 40 No. 10, pp. 2399-421.
- Kotler, P. and Armstrong, G. 1997, *Principles of Marketing*, Prentice-Hall, Upper Saddle River, NJ.
- Kreitner dan Kinicki 2003. *Perilaku organisasi*, Edisi I, Salemba empat, Jakarta.
- Kressler, Herwig W. 2003. *Motivate and Reward. Performance Appraisal and Incentive Systems for Business Success*. Editing and origination by Curran Publishing Services, Norwich
- Kuratko and Hodgetts. 2004. *Entrepreneurship : A Contemporary Approach*. The Dryden Press. New York
- Lascu, D.-N. 1991, *Consumer guilt: examining the potential of a new marketing construct*, in Holman, R.H. and Solomon, M.R. (Eds), *Advances in Consumer Research*, Association for Consumer Research, Provo, UT, pp. 290-3.
- Latif, David A. 2002. *Model for Teaching the Management Skills Component of Managerial Effectiveness to Pharmacy Students*. Bernard J. Dunn School of
- Pharmacy, Shenandoah University, 1460 University Drive, Winchester VA 22601-5195
- Lee D Y and Tsang E W K, 2001, *The Effect of Entrepreneurial Personality, Background and Network Activities on Venture Growth*, Journal of Management Studies. 38-4 pp 583-602.
- Leibenstein, Harvey, 1968, *Entrepreneurship and Development*, American Economic Review, Vol. 58, May, pp. 72-83
- Lestari, Sri, Hs. 2007. *Kajian Model Penumbuhan Unit Usaha Baru*. <http://www.smeda.com/files/unit usaha baru>.
- Littunen, H: 2000, *Entrepreneurship and He Characteristics of The Entrepreneurial Personality*, Behavior and Research, vol: 6, No:6
- Locke, E.A. and Latham. G.P. 2004. *What should we do about motivation theory. Six recommendations for the twenty-first century*, Academy of Management Review, Vol. 29, pp. 388-403.
- Long, Mary L. 2000. *Consumption Values and Relationship: Segmenting The Market for Frequency Programs*. Journal of Consumer Marketing. Vol. 17. No. 3. pp. 214-232.
- Lumpkin, G.T. & Dess, G.G. 1996. *Linking Two Dimensions of Entrepreneurial Orientation to Firm Performance: The Moderating Role of Environment and Industry Life Cycle*, Journal of Business Venturing, Vol.16.
- Luszczynska, Aleksandra and Benicio Gutierrez-Dona. 2005. *General Self-Efficacy In Various Domains Of Human Functioning: Evidence From Five Countries*. International Journal Of Psychology, 40 (2), 80-89
- Luthans, Fred, Elina S Ibrayeva, 2008. *Entrepreneurial self-efficacy in Central Asian Transition Economies: Quantitative And*



*Qualitative Analyses*. Journal of International Business Studies. Washington. Vol. 37.

Mair, Johanna. 2001. *Entrepreneurial Behavior in a Large Traditional Organization: Exploring Nature, Drivers, and Performance Implications*. Institut European Administration des Affaires (France), 2001, 193 pages.

Man, Thomas W.Y. dan Theresa Lau, 2005. *The Context of Entrepreneurship in Hong Kong. An Investigation Through The Patterns Of Entrepreneurial Competencies In Contrasting Industrial Environments*. Journal of Small Business and Enterprise Development. Vol. 12 No. 4, 2005. pp. 464-481.

Mangkunegara, Anwar Prabu. 2002. *Manajemen Sumberdaya Manusia Perusahaan*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya.

Marcia, J.E., et al., 1993. *Ego Identity: A Handbook for Psychosocial Research*. New York: Springer-Verlag.

Martins, E. C., Terblanche, F. 2003, *Building Organisational Cultures that Stimulate Creativity and Innovation*, European Journal of Innovation Management, Vol. 6, No 1; pp. 64-74.

McAdam, R. and McClelland, J. 2002, *Individual and team-based idea generation within innovation management: organizational and research agendas*. Eur. J. Innov. Manag., 5(2): 86-97.

McClelland. 1992. *Memacu Masyarakat Berprestasi*. Jakarta: CV Intermedia

Miller, D.W. 1975, *The accuracy of predictions*, Synthese, Vol. 30, pp. 159-91

Miller, D. and Friesen, P.H. 1982, *Successful and unsuccessful phases of the corporate life cycle*, *Organization Studies*, Vol. 4 No. 4, pp. 339-56.

Morris, M. H., Lewis, P., & Sexton, D. 1994, Winter. *Reconceptualizing entrepreneurship: An input-output perspective*. Sam Advanced Management Journal. 59, 21-31.

Mostafa, Rasha, H. A., Colin Wheeler, Marian V. Jones. 2006. *Entrepreneurial Orientation, Commitment to The Internet and Export Performance In Small and Medium Sized Exporting Firms*. Springer Science+Business Media, Inc.

Muchlas, S., Haryanto. 2005. *Pendidikan Karakter, Konsep dan Model*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

Mueller, Stephen I., Mary Conway Dato-On, 2008. *Gender-Role Orientation As A Determinant Of Entrepreneurial Self-Efficacy*. Journal of Developmental Entrepreneurship. Vol. 13, No. 1 (2008) 3-20 © World Scientific Publishing Company

Mukherjee, S., & Basu, S. K. 2009. *Organisation & Management and Business Communication*. New Delhi: New Age International Publisher.

Munandar, M. 2001. *Budgeting: Perencanaan Kerja, Pengkoordinasian Kerja, Pengawasan Kerja* (Edisi 1). Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta

Nazir, M. 2005. *Metode penelitian*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia. Nimalathasan, 2005. *Characteristics Of Entrepreneurs: A Comparative Study Of Small Scale Entrepreneurs Of Srilanka And Bangladesh*. Department of Management studies, Faculty of Business Administration, University of Chittagong, Chittagong-4331, Bangladesh

Noe, R.A., Hollenbeck, J.R., Gerhart, B., & Wright, P.M. 2000. *Human Resource Management: Gaining a Competitive Advantage (3rd Ed.)*. Boston: Irwin McGraw Hill.



- Olson D.E, 2000, *The Role of Entrepreneurial Personality Characteristic on Entry Decisions in a Simulated Market*, USASBE/SBIDA, pp1-13
- Orhan, M. and Scott, D. 2001, *Why women enter into entrepreneurship: an explanatory model*. Women in Management Review, Vol.16 No.5, pp.232-43.
- Parkman, J.M. 2009, *Temporal aspects of simple multiplication and comparison*, Journal of Experimental Psychology, Vol. 95 No. 3, pp. 437-44.
- Prawirokusumo.1997. *Peran Perguruan Tinggi Dalam Menciptakan Wirausahawan-Wirawan Tangguh*. Makalah Seminar. Jatinangor. BIPI-IKOPIN dan FNS
- Rahayu, MG Ana Budi, 2009. *Pembangunan Perekonomian Nasional Melalui Pemberdayaan Masyarakat Desa*. <http://www.binaswadaya.org/files/Pemberdayaan-masyarakat-desa.pdf>
- Raijonen, Helen; Komppula, Raija. 2007. *Perception of Success and Its Effect on Small Firm Performance*. Journal of Small Business and Enterprise Development. Vol. 14 No. 4. pg 689-701, 13 pgs. Emerald Group Publishing Limited.
- Rauch, J.E. 2004, *Business and social networks in international trade*, Journal of Economic Literature, Vol. 39 No. 4, pp. 1177-203.
- Rempel, J.K., Holmes, J.G. and Zanna, M.D. 1988, *Trust In Close Relationships*, Journal of Personality and Social Psychology, Vol. 49, pp. 95-112.
- Robbins, P. S., 2001. *Perilaku Organisasi: Konsep, Kontroversi, dan Aplikasi*. Jilid 1. Edisi Delapan. Edisi Bahasa Indonesia, Pearson Asia Education, Pte., Ltd. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Robbins, P. Stephen dan Timothy A. Judge. 2008. *Perilaku Organisasi*. Edisi Kedua Belas Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Robinson, P.W. 1981, *Fundamentals of Experimental Psychology*, Prentice Hall, Englewood Cliffs, NJ.
- Rohmad, Ir. 2012. *Pengembangan Wirausahawan Baru*. Pelatihan Kepemimpinan dan Kewirausahaan Agribisnis Bagi Petani – Nelayan Andalan. <http://rohmat.fapertanian.wordpress.com/2012/07/22/>
- Ronstadt, R. 1984, *Contributing Editor's Feature, Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 15 No. 2, pp. 78-9.
- Romansyah, Sahabuddin. 2011. *Pengaruh Motivasi Berprestasi dan Efikasi Diri Terhadap Komitmen Berwirausaha serta Dampaknya pada Kinerja Usaha Rumpun Laut Skala Kecil di Provinsi Sul-Sel*. Disertasi. Upad. Bandung.
- Romansyah, Sahabuddin. 2013. *Pengembangan Model Pelatihan Kewirausahaan Pada Pelaku Usaha Skala Kecil Di Kabupaten Takalar Provinsi Sulawesi Selatan*. Laporan Penelitian Fundamental, Dikti. Universitas Negeri Makassar.
- Sadulloh, U. 2007. *Filsafat Pendidikan*. Bumi Siliwangi: Cipta UTAMA.
- Scarpello, Vida, Vandenberg, Robert J. 1995. *Generalizing the Importance of Occupational and Career Views to Job Satisfaction Attitudes*. *Journal of Organizational Behavior*. Chichester: Mar 1995. Vol. 13, Iss. 2; p. 125 (16 p) Management Journal. Vol. 17 Special.
- Schilling-Eccles, K. and Harzbecker, J. Jr. 2006, *Use of electronic mail at the reference desk: impact of a computer mediated communication technology on librarian-client interactions*, Medical Reference Services Quarterly, Vol. 17 No. 4, pp. 17-27.



- Schindehutte, Minet., Michael Morris, Jeffrey Allen. 2006. *Beyond Achievement: Entrepreneurship as Extreme Experience*. Small Business Economics 27: 349-368 \_ Springer 2006. DOI 10.1007/s11187-005-0643-6.
- Schumpeter, J. 1934, *The Theory of Economic Development*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Sekaran, U. and Snodgrass, C. 1990, *Understanding the dynamics of culture in networking: a framework and an initial test*, Advances in International Comparative Management, Vol. 5, pp. 91-115.
- Sengupta, S. K. dan S. K. Debnath, 1994. *Need for achievement and entrepreneurial success: a study of entrepreneurs in two rural industries in West Bengal*. The Journal of Entrepreneurship 3 (2): 191-204.
- Shane, S. and Venkataraman, S. 2000, *The promise of entrepreneurship as a field of research. (Note)*, Academy of Management Review, Vol. 25 No.1, pp. 217-26
- Shapero, A., and Sokol, L., 1982. *The Social Dimensions of Entrepreneurship*, in C. Kent, D. Sexton, and K. H. Vesper. *The Encyclopedia of Entrepreneurship*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall. 72-90.
- Shipley, David and Julia Kiely. 2007. *Motivation and Dissatisfaction of Industrial Salespeople How Relevant is Herzberg's Theory*. European Journal of Marketing, 22,1
- Shueh-Chin Ting, Cheng-Nan Chen, Darrell E. Bartholomew. 2007. *An integrated study of entrepreneurs' opportunism*. The Journal of Business & Industrial Marketing. Santa Barbara: Vol. 22, Iss. 5; pg. 322
- Simon, Mark, B Elango, Susan M Houghton, Sonia Savelli. 2002. *The Successful Product Pioneer: Maintaining Commitment While Adapting to Change*. Journal of Small Business Management. Milwaukee: Vol.40, Iss.3; pg.187.
- Siu Wai Sum, dan Heinz Klandt. 2000. *The Climate for Entrepreneurship: A Comparative Study Of China And Hong Kong*. Journal of Entrepreneurship. Culowhee: 2000. Vol. 4 pg. 29, 12 pgs
- Smart, D.T., Kelley, C.A. and Conant, J.S. 1994, *Marketing education in the year 2000: changes observed and challenges anticipated*, Journal of Marketing Education, Vol. 21 No. 3, pp. 206-16.
- Snyder, R.A. 1994, *The glass ceiling for women: things that don't cause it and things that won't break it*, Human Resource Development Quarterly, Vol. 4, p. 97-107.
- Steers, RM and Porter, L. W., 1996. *Motivation and Work Behavior*, Accademic Press, New York.
- Stevenson, H., M. Roberts and H. Grousbeck. 1985. *New Business Ventures and the Entrepreneur*. Homewood, IL: Richard D. Irwin.
- Stewart, David W and Kamins, Michael A, 2003, *Secondary Research: Information Sources and Methods*, Sage Publications, Inc, United Kingdom
- Strauss, A. L. 1967. *Qualitative Research For Social Scientists*, Cambridge University Press, Cambridge, UK.
- Stuart, T. E., O. Sorenson. 2003. *Liquidity events and the geographic distribution of entrepreneurial activity*. Admin. Sci. Quart. 48 175-201.



- Subhash C. Kundu, Sunita Rani. 2007. *Human resources' self-esteem across gender and categories: a study*. Industrial Management and Data Systems. Wembley: 2007. Vol. 107, Iss. 9; pg. 66
- Sudiarditha, I Ketut R., 2007, *Pengaruh Kompensasi dan Komitmen Terhadap Kompetensi Serta Dampaknya pada Kinerja Karyawan*, Disertasi Program Pascasarjana Universitas Padjadjaran Bandung. (Tidak Dipublikasikan)
- Suharyadi, et. al., 2010. *Kewirausahaan Membangun Usaha Sukses Sejak Usia Muda*. Jakarta. Salemba Empat.
- Sukirman, dkk. 2012. *Memberdayakan UKM dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Menghadapi Persaingan Global*. Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.
- Sundjaja, Ridwan S dan Inge Barlian, 1990. *Manajemen Keuangan Satu*, EdisiKeempat, Penerbit Prehallindo, Jakarta.
- Suryana, 2006. *Kewirausahaan, Pedoman Praktis, Kiat, dan Proses Menuju Sukses*. Salemba Empat, Jakarta.
- Tang, Jintong. 2008. *Environmental Munificence For Entrepreneurs: Entrepreneurial Alertness and Commitment*. Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research Bradford: 2008. Vol. 14, Iss. 3; pg. 128.
- Tanvisuth, Arunee. 2007. *International Entrepreneurship Activities Among Thai SMEs*. A thesis submitted to the Faculty of the Graduate School of the University of Colorado Degree of Doctor of Philosophy Leeds School of Business, Management Division.
- Thomas, A. S. and S. L. Mueller: 2000, *OA Case for Comparative Entrepreneurship: Assessing the Relevance of Culture*, Journal of International Business Studies 31, 287-301.
- Thomas K. McCraw. 2007. *Prophet of Innovation. Joseph Schumpeter and Creative Destruction*. The Belknap Press of Harvard University Press Cambridge, Massachusetts, and London, England
- Thornhill, R. 1996. *The concept of an evolved adaptation*. In G. R. Bock and G. Cardew, Eds., *Characterizing Human Psychological Adaptations*. CIBA Foundation Symposium. New York: Wiley, pp. 4-13.
- Timmons, J.A., 1978. *Characteristics and role demands of entrepreneurship*. American journal of small business.
- Triandis, H.C. 1971. *Values, Attitudes, and Interpersonal Behavior*. Nebraska Symposium on Motivation, 1979: University of Nebraska Press, Lincoln, NE, 1980, 195-259.
- Turner, Erlanger a. and Megan Chandler, Robert W Heffer. 2009. *The Influence of Parenting Style, Achievement Motivation, and Self Efficacy*. Journal of Colledge Student Development. Proquest Psychology Journals.
- Umar, Husein. 2003. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Utsch, A., Rauch, A., Rothfuss, R. and Frese, M. 2000, *Who becomes a small scale entrepreneur in a post-socialist environment: on the differences between entrepreneurs and managers in East Germany*, Journal of Small Business Management, Vol. 37 No. 3, p. 3142.
- Veithzal, Rivai, 2005. *Performance Appraisal. Sistem Yang Tepat Untuk Menilai Kinerja Karyawan dan Meningkatkan Daya Saing Perusahaan*. Divisi Buku Perguruan Tinggi. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.



- Venkataraman, S. 1997, *The distinctive domain of entrepreneurship*, in Katz, J.A. (Ed.), *Advances in Entrepreneurship: Firm Emergence and Growth*, 3.p.119-38
- Verheul, I. and Thurik, T. 2001, *Start-Up Capital: Does Gender Matter*, *Small Business Economics*, Vol. 16, pp. 329-45.
- Walgito, 2004. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi offset.
- Walker, O.C., Churchill, G.A. and Ford, N.M. 2004, *Motivation and performance in industrial selling: present knowledge and needed research*, *Journal of Marketing Research*, Vol. 14, May, pp. 156-68.
- Walter, A., Mueller, T., Helfert, G. and Ritter, T. 2006, *Functions of industrial supplier relationships and their impact on relationship quality*, *Industrial Marketing Management*, Vol. 32 No. 1, pp. 159-69.
- Ward, Susan. 2009. *Resource You Need To Succeed To Start A Business. The Right Stuff To Start A Business*. About com. Small Business Canada.
- Wayne H Stewart Jr, Philip L. 2007. *A Meta-Analysis of Achievement Motivation Differences between Entrepreneurs and Managers*. *Journal of Small Business Management*. Milwaukee: Vol. 45, Iss. 4; pg. 401, 21 pgs
- Wigfield, Allan and Jacquelynne S. Eccles. 2002. *Development of Achievement Motivation*. Educational Psychology
- Wiklund, J. 1999, *Small Firm Growth and Performance*, Unpublished Doctoral Dissertation, Jonkoping International Business School, Jonkoping.
- Williams R.S. 2002. *Managing Employee Performance: Design and Implementation in Organizations*. London: Thomson.
- Winardi, J. 2004. *Motivasi Dan Pemotivasian Dalam Manajemen*, Jakarta : Rajawali Press. Series. 32 Jamestown Road, London NW1 7BY, UK
- Winarso, Widyo. 2003. *Perkembangan Pembelajaran Berwawasan Entrepreneurship* Jurnal online, Vol. II, No. 9.
- Wolman, B. B. (Ed.) 1985. *Handbook of Intelligence: Theories, Measurements, and Applications*, New York: Wiley.
- Zacharakis, A. and Shepherd, D.A. 1997, *The nature of information and overconfidence on venture capitalist's decision-making*, *Journal of Business Venturing*, Vol. 16 No. 4, pp. 311-32.
- Zahra, S.A. 1985, *Corporate entrepreneurship and financial performance: the case of management leveraged buyouts*, *Journal of Business Venturing*, Vol.10 No. 3, pp. 225-47.
- Zahra S, Garvis D. 1991. *International Corporate Entrepreneurship and Firm Performance: The Moderating Effect Of International Environmental Hostility*. *J Bus Vent* 5(6):469-492
- Zimmerer, Thomas W. and Scarborough, Norman M. 2008. *Essentials of Entrepreneurship and Small Business management*. Pearson, Fifth Edition.



## TENTANG PENULIS 1



**Dr. Romansyah Sahabuddin, SE., M. Si.** Lahir di kota Makassar, 15 Juli 1963 dari kedua orangtua; Prof. Dr. H. Sahabuddin dan Hj. Bungasia. Dosen tetap Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar. Menyelesaikan Pendidikan S1 bidang Ilmu Manajemen tahun 1986 di Universitas Hasanuddin. Selanjutnya tahun

2001 pada universitas yang sama telah menyelesaikan pendidikan S2 di bidang Ilmu Manajemen Keuangan. Pada tahun 2011 telah menyelesaikan pendidikan S3 di Universitas Padjadjaran di bidang Ilmu Manajemen Sumber Daya Manusia. Karya tulis ilmiah diantaranya: Penilaian Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Perhotelan di Kotamadya Pare-Pare; Pengembangan Nilai-Nilai Kewirausahaan Dalam Meningkatkan Kinerja Usaha Rumpun Laut di Provinsi Sulawesi Selatan; dan *The Entrepreneurship Characteristics in Relation to Improve The Performance of The Small Seaweed Entrepreneurs*. Diangkat sebagai PNS sejak tahun 1988 hingga sekarang dan menjabat sebagai sekretaris jurusan manajemen dari tahun 2005-2007 serta aktif dalam kegiatan-kegiatan penelitian dalam kajian ilmu ekonomi dan manajemen. Selain itu aktif dalam organisasi daerah (IST) dan aktif dalam Asosiasi Doktor Ekonomi Indonesia (ADEI) sampai sekarang. Adapun buku yang pernah diterbitkan adalah buku ajar matematika ekonomi dan bisnis.

## TENTANG PENULIS 2



**Dr. Abdi Akbar, SI, MM.** Lahir di kota Makassar, 5 April 1973, dari kedua orang tua; Prof. Dr. H. M. Idris Arief, MS dan Prof. Dr. Hj. Rabihatun, MS. Dosen tetap Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar. Menjabat Sekretaris Program Pasca sarjana STIEM Bongaya Makassar. Menyelesaikan program strata satu

bidang ilmu Teknik Industri, pada Fakultas Teknologi Industri, Jurusan Teknik Elektro, Sub Jurusan Elektronika, Institut Teknologi Nasional Bandung (berafiliasi dengan Institut Teknologi Bandung) tahun 2000. Melanjutkan program strata dua dan mendapat gelar Magister Manajemen, Konsentrasi Sumber Daya Manusia pada Program Pascasarjana Magister Manajemen STIEM Bongaya, tahun 2003. Doktor Ekonomi, keahlian Manajemen Sumber Daya Manusia dan Perilaku Organisasi pada Program Pascasarjana Universitas Hasanuddin, tahun 2010.